

Herzlich willkommen

Workshop: *Realer Bedarf*

**Was macht den Bedarf real
– und für wen?**

Jahrestagung 2014
Netzwerk Service-Learning –
Lernen durch Engagement

Dr. Heike Schmidt,
BürgerStiftung Hamburg
Tel.: 040 87 88 969-66
www.buergerstiftung-hamburg.de/yousful



Foto: Kirsten Haarmann

Ziel des Workshops

- 💡 Klären: Warum ist das Kriterium *Realer Bedarf* wichtig?
- 💡 Klären: Was macht den Bedarf real? Und für wen?
- 💡 Qualitätsverbesserung des Qualitätsstandards in unseren LdE-Projekten

Ablauf

15.15 – 15.30	Warmlaufen Erwartungen formulieren
15.30 – 16.00	Selbstbeobachten Was fordert uns?
16.00 – 16.30	Definieren und diskutieren Was sagt die Theorie, was sagt die Praxis
Pause	
16.45 – 17.45	Rettet den Bedarf! Gruppenaufgabe
17.45 – 18.00	Bedarf gerettet? Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse
18.00 – 18.15	Ergebnissicherung und Feedback

Erwartungen

Mit welchen Fragen und Erfahrungen sind Sie heute in diesen Workshop gekommen?

Was ist *Realer Bedarf*?

... dass unsere Vorschläge auch von der Bezirksversammlung respektiert und ernstgenommen werden.

... die Kinder freuen sich, wenn ich komme.

... bei jedem Projekt habe ich mich nützlich gefühlt.

... dass im Altersheim alle nett waren und ich immer Aufgaben hatte, und dass sich die alten Leute gefreut haben.

... dass ich helfen konnte.

Realer Bedarf: Definition

1. Das Engagement trägt etwas zum **Gemeinwohl** bei und befasst sich mit einem **realen Problem**
2. Das Engagement der Lernenden wird **tatsächlich gebraucht**
3. Sie übernehmen eine altersadäquate **verantwortungs- und bedeutungsvolle Aufgabe**
4. Die **Engagementempfänger** werden mit ihren Wünschen bei der **Projektplanung mit einbezogen**
5. Gerade bei höheren Jahrgängen findet das Projekt in Zusammenarbeit mit **außerschulischen Partnern** statt

(Seifert, Zentner & Nagy: Praxisbuch Service-Learning. 2012)

Warum *Realer Bedarf* wichtig ist

1. Service-Learning ist Tun und nicht Üben! Nur so können Schüler **Selbstwirksamkeit** erleben
2. Service-Learning ist **aktive Demokratie-Bildung und Engagementförderung** – es ermöglicht (erste) Erfahrungen in der Zivilgesellschaft
3. Der Reale Bedarf macht die **Stadt zum Schulbuch** – die Öffnung der Schultore gibt zahlreiche neue Lernimpulse (Bridging)
4. *Realer Bedarf* schafft den **Sinn** im Engagement und damit im auch im Lernen

SchülerInnen nehmen ihr Engagement als **sinnvoll** wahr

- ... wenn sie echte **Verantwortung** tragen und **Entscheidungen** treffen können
- ... ihre Tätigkeit interessant **herausfordernd** und **abwechslungsreich** war
- ... die **Engagementpartner persönliches Interesse** an ihnen zeigten
- ... sie **respektvoll** und wie Erwachsene behandelt wurden
- ... sie **eigene Ideen** einbringen konnten
- ... sie spürten, dass sie einen **echten Beitrag** leisten
- ... sie einen **inneren Bezug** zum Sinn ihres Engagements herstellen konnten.

(Conrad & Hedin 1980, Furco 2002, Billig, Root&Jesse 2005, Root, Billig 2008, hier nach Seifert, Zentner & Nagy, 2012, S.58)

Sinn und Selbstwirksamkeit

... im Hamburger Service-Learning

- 94 % der befragten SchülerInnen erlebten, dass die von ihnen unterstützten Menschen oder Einrichtungen dankbar für die Hilfe waren
- 92 % der Kinder und Jugendlichen waren überzeugt, etwas Gutes erreicht zu haben
- 22 % der Befragten schrieben: Die wichtigste Erfahrung war es, für andere zu sorgen, anderen zu helfen

- 24% klagte allerdings über Langeweile.

(Ergebnisse der Hamburger Evaluation 2011-2013 www.buergerstiftung-hamburg.de/yousful)

Lackmustest *Realer Bedarf*

Besser hätte ich gefunden, wenn es
in meinem Engagement nicht so
langweilig gewesen wäre ...

Was macht Engagement interessant?

Motivationsforschung I

Die Motivation der **Lernenden** ist dann besonders hoch, wenn ...

- sie ausreichend kompetent sind, um die Aufgabe zu bewältigen
- sie über Autonomie verfügen
- sie ein lohnendes Ziel verfolgen
- sie Bestätigung von anderen bekommen

Dörnyei, Z. (2001). *Motivational strategies in the language classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
(A practical teachers' guide on how to motivate learners.)

Was macht Engagement interessant

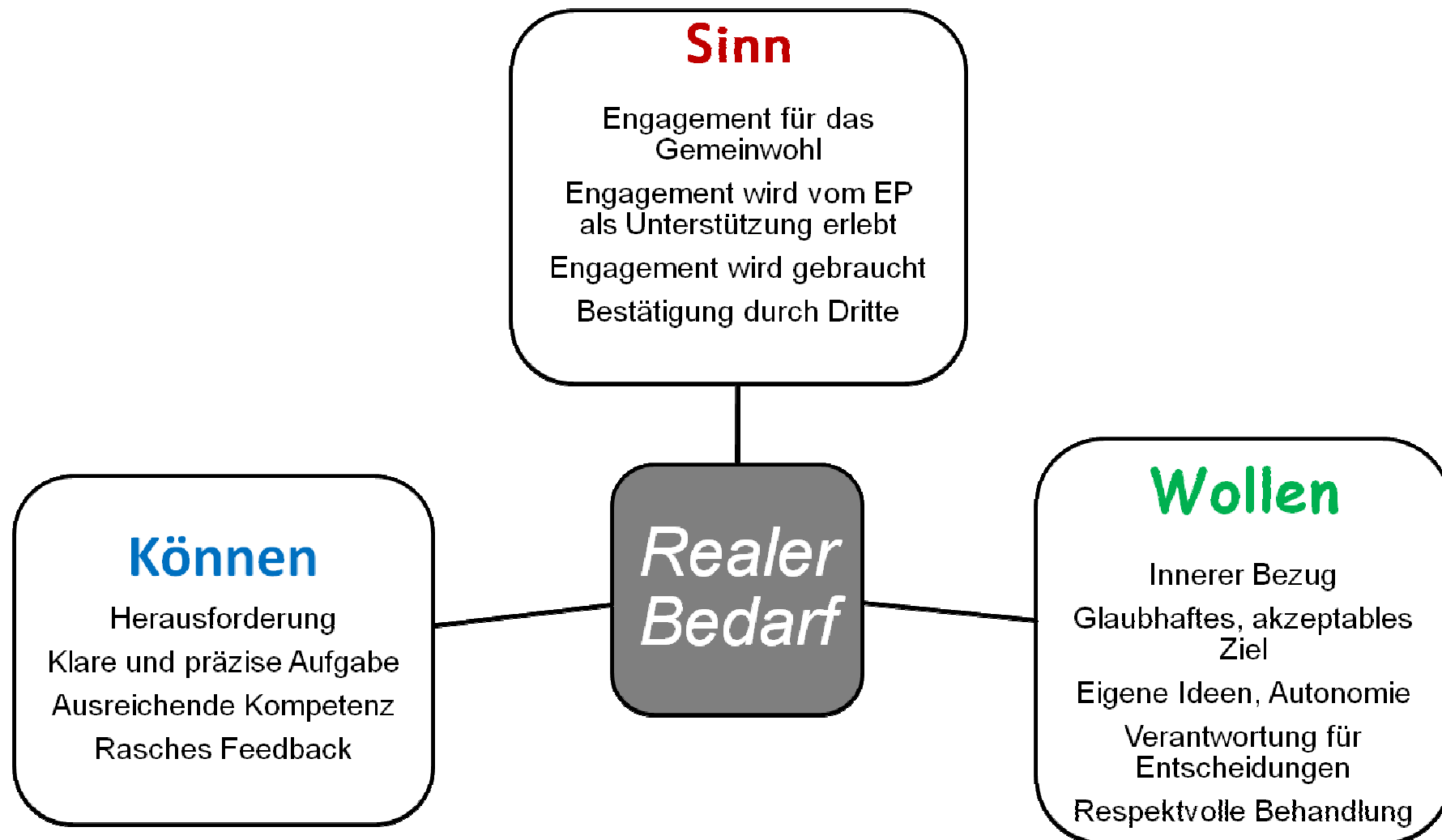
Motivationsforschung II

Die Motivation braucht lockende **Ziele**. Ziele die ...

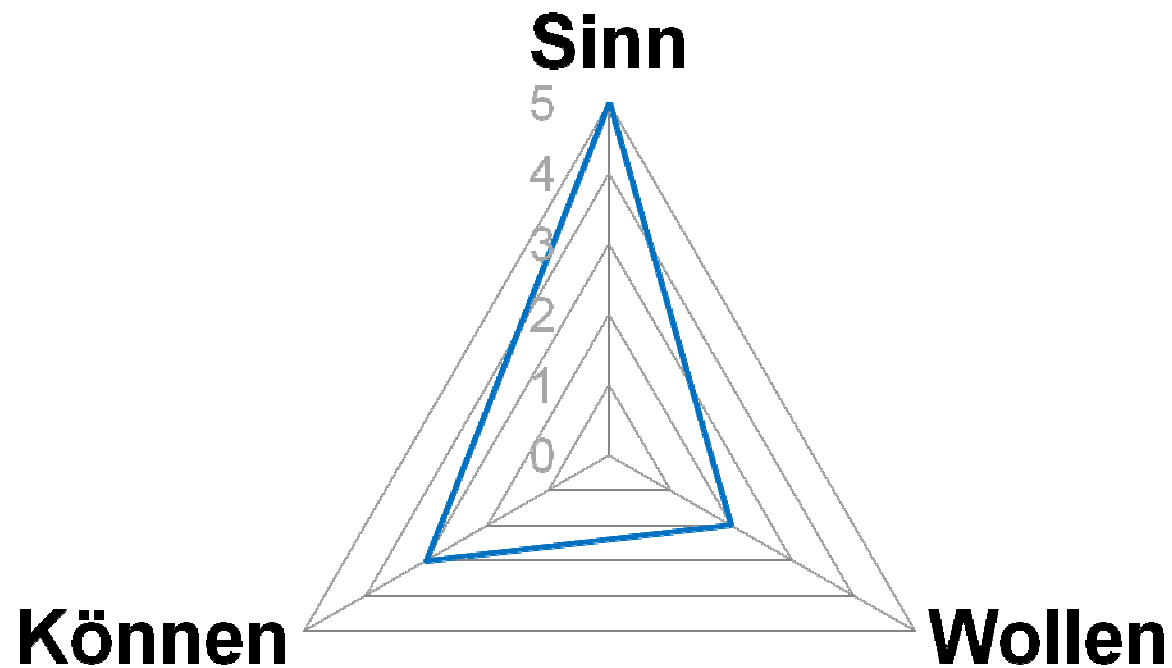
- als schwierig und herausfordernd erlebt werden
- klar und präzise formuliert sind
- widerspruchsfrei sind
- glaubhaft und akzeptabel sind (Zielvereinbarung statt Zielvorgabe)
- mit raschem Feedback verbunden sind

(Locke & Latham: A theory of goal setting an task performance. Englewood Cliffs 1990)

Schlüsselbegriffe: Sortiert



Test: Ausfegen der Schulflure



Experimente für Kita Kinder

Grundschule: Sachkunde, Deutsch



Foto: Kirsten
Haarmann

Jg. 2 Grundschule Arnkielstraße, Hamburg, 2010

Wie machen wir den Bedarf realer?

1. Sinn

- Zeitnehmen für sorgfältige Recherche und **Auftragsklärung**:
 - Womit können wir wirklich helfen?
 - Alle Beteiligten im Blick haben.
- **Engagementpartner aufklären** über den Unterschied von Praktikum und Service-Learning
- **Zwischenfeedbacks** beim Engagementpartner einholen
- **Langeweile gezielt in der Reflexion ansprechen** und ggf. eine Ideenschmiede auf die Beine stellen

2. Wollen

- **Mitbestimmung** erhöht das Commitment
- **Sinnfrage stellen**
- **Projekte statt Hilfsdienste.**
- **Rasche Feedbacks von Engagement und Schulseite**
- **Langeweile gezielt in der Reflexion ansprechen**
und ggf. eine Ideenschmiede auf die Beine stellen

3. Können

- **Ziele klar formulieren:** "Ich engagiere mich im Kindergarten" ist zu unscharf.
- **Herausfordernde Ziele setzen.** Allzu einfache Hilfsarbeiten frustrieren.
- SchülerInnen sorgfältig **vorbereiten.**
- **Regelmäßige wertschätzende Reflexion.** Angst vor Überforderung und geringes Selbstvertrauen mit einbeziehen: "Lieber mach ich nichts, als etwas falsch".
- Welcome error: **Fehlerkultur anpassen.**



BürgerStiftung
Hamburg

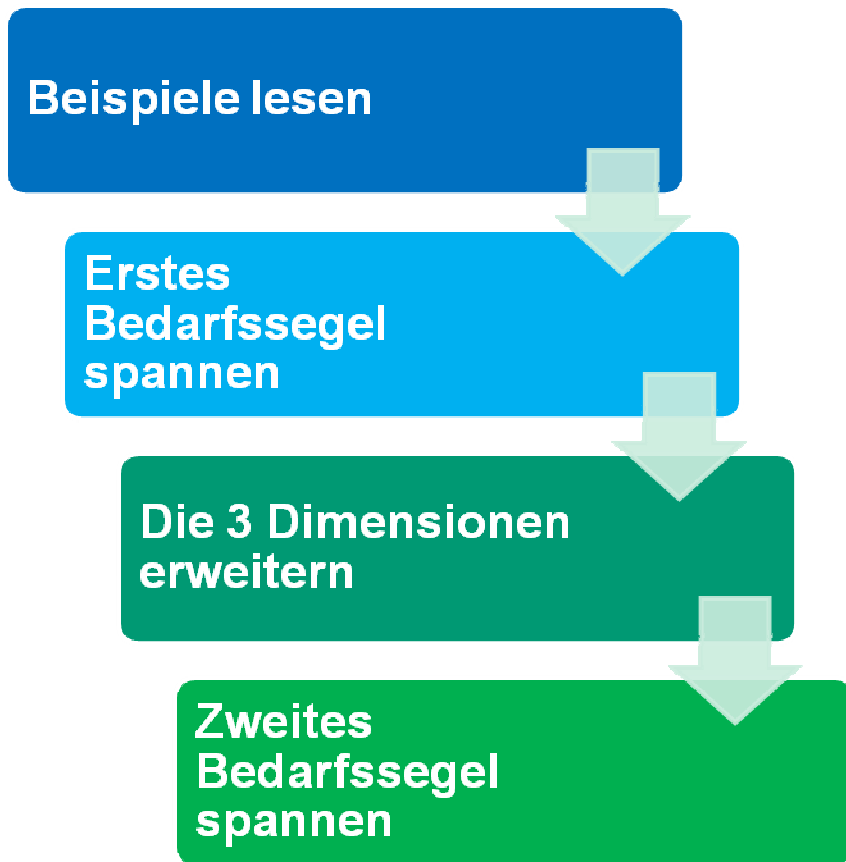


Sinn Wollen Können

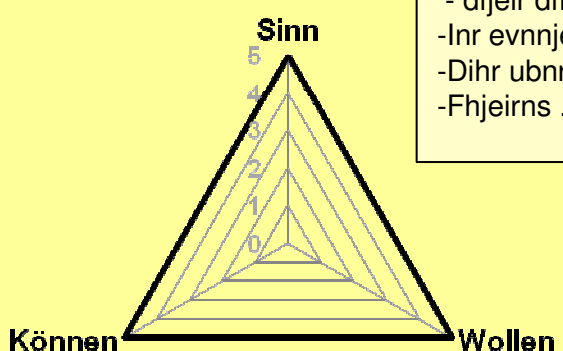
Tools im Praxisbuch

- M1** Schüler/innen auf Spurensuche
- M4** Unserem Engagementprojekt auf der Spur
- M7** Mögliche Engagementpartner könnten sein
- M15** Recherche beim Engagementpartner
- M16** Eine Vereinbarung mit dem Engagementpartner treffen
- M8** Engagementpartner finden, Zusammenarbeit planen
- M12** Aus vielen Ideen eine Auswahl treffen
- M13** Für welche Projekte entscheiden wir uns
- M14** Das Engagementprojekt planen
- M5** Selbst- und Fremdwahrnehmung
- M6** Meine Kompetenzen
- M9** Telefonieren leicht gemacht
- M10** Ein Interview führen
- M11** Schüler/innen schreiben eine Interviewanfrage
- M18** Mit Schüler/innen reflektieren

Rettet den Realen Bedarf!



Projekt: Altenheim
Projekt: Kinderarmut
Projekt: Bücherhalle



Sinn:

- dfeir dfl ernf
- lnr evnnjer
- Dihr ubnr
- Fhjeirns .

Können:

- dfeir dfl ernf
- lnr evnnjer
- Dihr ubnr
- Fhjeirns .

Wollen:

- dfeir dfl ernf
- lnr evnnjer
- Dihr ubnr
- Fhjeirns .

Zum Schluss



Daran erinnere ich mich auch noch nach den Sommerferien

?

Diese Frage wird mich noch weiter beschäftigen.

- Dörnyei, Z.: Motivational strategies in the language classroom. (A practical teachers' guide on how to motivate learners.) Cambridge 2001.
- Locke & Latham: A theory of goal setting and task performance. Englewood Cliffs 1990.
- **Seifert, Zentner & Nagy: Praxisbuch Service-Learning. Weinheim Basel 2012.**
- Sliwka, Anne u. Susanne Frank: Service Learning. Verantwortung lernen in Schule und Gemeinde. Weinheim, Basel 2004.
- ['You:sful] Toolbox, Hamburg 2014
- www.buergerstiftung-hamburg.de/yousful Evaluation 2011/13