

vorsprung

Ausgabe Juni 2018

Das Hochschulmagazin
der Rheinischen Fachhochschule Köln

Soziale
Innovationen



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences



Die Rheinische Fachhochschule Köln ist eine staatlich anerkannte Fachhochschule in privater gemeinnütziger Trägerschaft und bietet 20 Bachelor- und 15 Masterstudiengänge Vollzeit, dual und berufsbegleitend an. Das Studium zeichnet ein hohes Maß an Praxisnähe aus, auch durch die enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft. Die RFH versteht sich als Bildungspartner – auch in der Digitalisierung. Neben personalisiertem Lernen im engen Austausch zwischen branchenerfahrenen Dozent/-innen und Studierenden in realer Lernumgebung bietet die RFH auch digitale Lern- und Medienformate an, besonders für die berufsbegleitenden Studiengänge. Mit ca. 6.500 Studierenden gehört die RFH Köln zu den größten Bildungsträgern in Köln.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,



Präsident Prof. Dr. Martin Wortmann
Rheinische Fachhochschule Köln

Text: Prof. Dr. Martin Wortmann
Fotos: Philippe Moosmann


der Wunsch nach Innovation treibt Wissenschaft und Wirtschaft an. Alles soll anders werden. Die Technik liegt im Zentrum dieser Vision. Einen Blick in die Zukunft zu werfen, ist dem menschlichen Naturell geschuldet. Das bezieht sich auf zwei Eigenschaften: Auf das Sicherheitsbedürfnis und auf die Neugierde.

Es gibt noch eine dritte Variante. Sie betrifft die Möglichkeiten der Gestaltung, also die aktive Vorbereitung auf die Zukunft. Die Geschichte der Industrialisierung ist dafür kein gutes Beispiel. Sie hat die Gesellschaften unvorbereitet getroffen und zu technisch/technologischer Entwicklung getrieben. Die Forschung, vor allem die sozialwissenschaftliche, hat zu der Zeit keinen aktiven Beitrag zur Gestaltung moderner Gesellschaften geleistet. Die Trennung zwischen Technikern und Nicht-Technikern war die Folge. Techniker wurden hoch und Nicht-Techniker gering geschätzt. Sie gegenseitig zu unterstützen oder auch nur miteinander zu reden, kam nicht infrage.

Die Situation hat sich heute geändert. Der technologische Wandel ist zwar immer noch die treibende Kraft der Innovation. Bei vielen komplexen Problemen, etwa bei der Bewältigung demografischen Wandels oder beim Klimawandel erkennen wir aber auch, dass Technik allein nicht weiterhilft. Wir brauchen vor allem neue Denkweisen und veränderte soziale Praktiken, wie es den sozialen Innovationen zu eigen ist.

Was bedeutet das für eine Hochschule und insbesondere für die Rheinische Fachhochschule Köln? Die Lehrinhalte, die Lehr- und Lernmethoden, die Qualifikationsziele müssen stetig sinnvoll angepasst werden. Nur darüber werden unsere Absolventen und Absolventinnen in die Lage versetzt, sich auf die Zukunft vorzubereiten, die sie mitgestalten sollen, indem sie aktiv an der Veränderung der Gesellschaft mitwirken. Das ist möglich durch den Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden, in der Kommunikation mit Unternehmen oder mit der Zivilgesellschaft. Die Grundlage für soziale Innovationen beruht auf gegenseitigem Verstehen.

Es klingt einfach. Aber vor uns steht eine große Herausforderung. Sie betrifft sowohl Lernende als auch Lehrende. Wir befinden uns in einer Phase, in der grundlegende Innovationen innerhalb einer Generation stattfinden. Die Jungen wachsen mit Innovationen auf, die Ältere nicht mehr so leicht adaptieren. Nur der Austausch miteinander, neue Lehr- und Lernformen und viel Kompetenz werden uns hierbei helfen. Das heißt, soziale Innovationen betreffen auch die RFH. Wir haben uns auf den Weg gemacht. Einige unserer Aktivitäten in diesem Bereich lesen Sie in diesem Magazin.

Ihr 
Martin Wortmann

INHALT

BLICKPUNKT

Denken und diskutieren

GLANZSTÜCK

Loben und ehren

FORSCHEN & WISSEN

Erfahrungen teilen

PROFIL

Mitarbeiter*innen im Dialog

CAMPUS & MENSCHEN

Einblicke und Ausblicke



06 Überblick: Was sind soziale Innovationen?

12 Der Kölner Karneval

Geliebte Tradition, bereit für Innovation

14 Schloss Türnich

Ein soziales Innovationsprojekt



18 Die Socialbar

Soziale Verantwortung: Web 2.0 und Zivilgesellschaft

24 »Wir wollen nicht zeigen, dass wir besser sind«

Wie aus einem Studienprojekt ein Verein wird

28 »Wir wissen, was unsere Generation will«

ConTogether – Aus dem Hörsaal ins Geschehen

36 Arbeit und Lernen als Spiel?

Gamification im Hochschulkontext

40 »Was ist gut für unsere Kinder?«

Medienkompetenz immer dringender

44 Reverse Mentoring

Von Jüngeren lernen

46 Soziale Innovation zur Gesunderhaltung

Ein BMBF-Forschungsantrag

50 »Mehr Menschlichkeit in der Digitalisierung«

Die Methode Design Thinking rückt den Menschen in den Fokus

56 Start-ups@RFH

„Nie waren die Zeiten besser“

68 Von Studierenden für Studierende

StuPa und AStA an der RFH

70 60 Jahre Rheinische

Ausblick



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH
University of Applied Sciences
Schaevenstraße 1 a-b
50676 Köln

GESCHÄFTSFÜHRER

Prof. Dr. Martin Wortmann
Thore Eggert
Amtsgericht Köln HRB 58883
UStID-Nr. DE251559067

REDAKTION

Beate Czikowsky

GESTALTUNG

Imke Fuhl
Marcel Trauzenberg

FOTOGRAFIE

Philippe Moosmann

FOTOS

Fotos: Carsten Jezewski, Festkomitee Kölner Karneval/Costa Belibasakis (S. 12)
Fotos: Severin von Hoensbroech, Ferdinand Trauttmansdorff (S. 14,17)
Barbara Frommann (S.18-23)
Lena Plönnes (S. 25)
Christian Wyrwa (TUI) (S.45)
Lena Böhm (S. 50)

ILLUSTRATIONEN

Marcel Trauzenberg (Titelmotiv und S. 06-11)

KORREKTORAT

Julia Offermann


Sie haben Fragen, Anregungen oder Wünsche zum Hochschulmagazin? Dann schreiben Sie uns gern eine E-Mail an folgende Adresse:

KONTAKT:

redaktion@rfh-koeln.de

Überblick: Was sind soziale Innovationen?

Texte: Beate Czikowsky, Julia Offermann
Illustrationen: Marcel Trauzenberg



»Soziale Innovationen sind neue Wege, Ziele zu erreichen, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile, die die Richtung des sozialen Wandels verändern, Probleme besser lösen als frühere Praktiken und die es deshalb wert sind, nachgeahmt und institutionalisiert zu werden.«
(Wolfgang Zapf, 1989)

Wer an Innovationen denkt, stellt sich zumeist technische Innovationen vor. Die Erkenntnis, dass wirtschaftliches Wachstum nicht grenzenlos ist und technische Innovationen allein keine gesellschaftlichen Probleme lösen können, hat dem Begriff der „sozialen Innovation“ erstmals in den 1970er-Jahren Auftrieb gegeben. Soziale Innovationen im Sinne neuer Praktiken zur Gestaltung sozialer Veränderungen hat es aber schon immer gegeben. Das 17. und 18. Jahrhundert brachte mit der „Erfindung“ der modernen Demokratie eine Vielzahl von sozialen Innovationen mit sich, die bis heute unsere Realität prägen (z. B. die Sozialversicherung).

Sie fördern nachhaltigen Konsum oder gleichen soziale Ungerechtigkeiten aus. Durch soziale Innovationen entstehen neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Menschen (New Work) und Organisationen (Public Private Partnership, PPP). Entscheidend ist, dass sich eine Innovation durchsetzt und tatsächlich zu einer Veränderung der gesellschaftlichen Struktur oder einer Einstellung führt. Wir stellen Ihnen ein paar ausgewählte Beispiele aus den Bereichen „Arbeiten“, „Konsumieren“ und „Leben“ vor, die die Gesellschaft in der jüngsten Zeit verändert haben.

Soziale Innovationen tragen zur gesellschaftlichen Entwicklung bei. Sie helfen uns dabei, Problemen wie dem Klimawandel zu begegnen, etwa durch neue Mobilitätskonzepte.



New Work

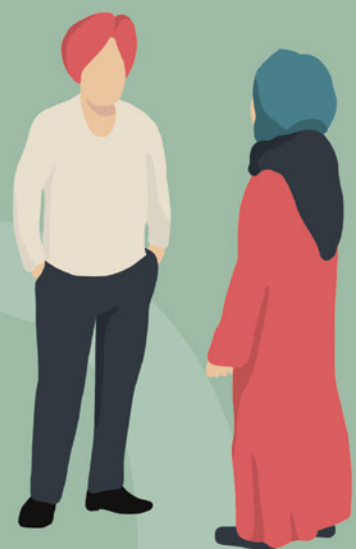
Unsere Arbeitswelt verändert sich rasant: Im Zuge der Digitalisierung und Globalisierung weichen die veralteten klassischen Arbeitsstrukturen flexibleren Vorstellungen zugunsten einer neuen Arbeitskultur. Sie sind insbesondere von Selbstständigkeit und Handlungsfreiheit der Arbeitnehmer*innen geprägt. New Work soll neue Wege von Freiräumen für Kreativität und Entfaltung der eigenen Persönlichkeit bieten und damit auch zur Entwicklung des Arbeitsmarktes beitragen. Beispiele sind flexible Arbeitsorte wie Home-Office-Möglichkeiten oder flexible Arbeitszeiten. Auch Coworking Spaces, in denen Kreative oder Start-ups in größeren, offenen Räumen zusammenarbeiten und dadurch voneinander profitieren, sorgen für mehr Freiheit und Vernetzung. Um in dieser Welt im Wandel als Unternehmen erfolgreich zu bleiben, entwickeln Personalabteilungen immer häufiger eine nachhaltige Diversity-Strategie, mithilfe der die Vielfalt in der Belegschaft aktiv gesteuert und genutzt wird (Diversity Management).



Sharing Economy

Überall wird über alternative Wege und Möglichkeiten des Produzierens und Konsumierens gesprochen. Tauschen und Teilen, Verschenken und Leihen, Nutzen statt Besitzen, Selbermachen und Wiederaufwerten haben sich als Alternativen etabliert. Der Begriff „Sharing Economy“ (auch „Share Economy“) bedeutet in der Fachliteratur das systematische Ausleihen von Gegenständen und das gegenseitige Bereitstellen von Gegenständen, Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und Interessengruppen. Tatsächlich teilen immer mehr Menschen, um Ressourcen zu sparen. Sie vermieten Wohnungen an Fremde, wenn sie selbst nicht da sind, teilen sich Autos (Carsharing), Werkzeug in der Nachbarschaft oder sie verschenken Nahrung, statt sie wegzuwerfen (Foodsharing). Viele Sharing-Economy-Experten bezweifeln, dass die kommerzielle Tauschökonomie in ihrer derzeitigen Form automatisch auch sozialere Verhaltensweisen hervorbringt.





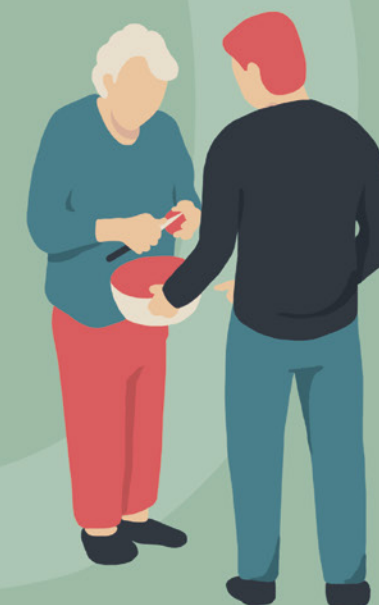
Inklusion

Der soziologische Begriff „Inklusion“ (lateinisch „Enthaltensein“) bedeutet, dass alle Menschen selbstbestimmt am gesellschaftlichen Leben teilnehmen – unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, Religionszugehörigkeit, Bildung oder Behinderung. Behinderte Menschen stehen vor vielen Barrieren: Ihre Behinderung reduziert ihren persönlichen Aktionsradius, der Kontakt zu gesunden Menschen wird zuweilen durch Vorurteile ihnen gegenüber erschwert, und ihre allumfassende Teilhabe an der Gesellschaft gestaltet sich nicht selten schwierig. Da alle Menschen gemäß Artikel 3 Absatz 1 Grundgesetz (GG) vor dem Gesetz gleichgestellt sind, haben sie dasselbe Recht auf Bildung und auf eine volle Teilhabe an unserer Gesellschaft. Die UN-Behindertenrechtskonvention hat 2008 Inklusion als Menschenrecht für Menschen mit Behinderungen erklärt. Deutschland verpflichtete sich 2006 mit der Unterzeichnung der UN-Konvention damit, ein inklusives Schulsystem zu schaffen.



Mehrgenerationenhaus

Die Generationen in Deutschland haben heute wenige Berührungspunkte miteinander – mit der Konsequenz, dass alte Menschen zu vereinsamen drohen und Familien nicht mehr von der Lebenserfahrung und Unterstützung der Großelterngeneration profitieren können. Um dem entgegenzuwirken, initiierte die Bundesregierung 2006 das Aktionsprogramm „Mehrgenerationenhäuser“. Das Ziel bestand darin, eine soziale Infrastruktur zu schaffen, die einen Beitrag zum Zusammenhalt und zur Begegnung der Generationen in der Gesellschaft leistet. Das Konzept des Mehrgenerationenhauses ist jedoch nicht neu: Die Schriftstellerin und Politikerin Anna Haag gründete 1951 das erste Mehrgenerationenhaus Deutschlands. Mittlerweile ist das Modell flächendeckend in Deutschland verankert.



Der Kölner Karneval

Geliebte Tradition, bereit für Innovation

Text: Prof. Dr. Silke Schönert

Fotos: Carsten Jezewski, Festkomitee Kölner Karneval/Costa Belibasakis

Jährlich kommen etwa eine Million Menschen nach Köln, um Karneval zu feiern. Das bringt nicht nur Laune, sondern auch Herausforderungen mit sich. Vor dem Hintergrund hat das Festkomitee Kölner Karneval von 1823 e. V. in Kooperation mit der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH) und der Boston Consulting Group (BCG) eine Studie zum Kölner Karneval durchgeführt. Ziel ist es, Verbesserungspotenziale aufzudecken und Anregungen von Besucher*innen zu erhalten. Dazu wurden 1874 Jecken in Köln von Weiberfastnacht bis Rosenmontag zu ihrer Einstellung und ihren Wünschen hinsichtlich der „tollen Tage“ befragt.

Der Kölner Karneval hat Tradition und ist integraler Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens in Köln. Seine wesentlichen Funktionen sind, laut Studie der Boston Consulting Group 2009, Brauchtumpflege, der soziale Aspekt sowie die Netzwerk- und Botschafterfunktion.

Karneval ist ein Lebensgefühl. Der soziale Wandel hinsichtlich des Kölner Karnevals geriet allerdings in der jüngsten Vergangenheit in die Kritik. Vom Verlust des Brauchtums bis hin zu Alkoholauswüchsen und „Wildpinkeln“ reichten die Vorwürfe. Statt dies nun zu beklagen, wählte das Festkomitee Kölner Karneval, allen voran dessen Präsident Christoph Kuckelkorn, einen innovativen und den Feiernden zugewandten Ansatz, um die Probleme und vor allem deren Ursache zu verstehen. Da der Kölner Karneval Menschen aller Schichten, Altersgruppen und kulturellen Hintergründe

zusammenbringt, beschloss das Festkomitee Kölner Karneval die Menschen auf der Straße anzusprechen und zu fragen, wie sie sich ihren Karneval wünschen und welche Verbesserungsmöglichkeiten sie sehen. Mit dieser Erhebung zur Bedeutung des Kölner Karnevals beauftragten sie das Institut für Projekt- und Informationsmanagement (IPMI) der Rheinischen Fachhochschule Köln.

An drei Karnevalstagen – Weiberfastnacht, Karnevalssonntag und Rosenmontag – wurden Besucher*innen dazu an vier zentralen Orten befragt:

- In der Südstadt: **Chlodwigplatz**
- Am **Zülpicher Platz** und in der **Zülpicher Straße**
- Am **Dom-Hauptbahnhof**
- Am **Alter Markt** und am **Heumarkt**

Das Interview-Team setzte sich aus 22 Studierenden der RFH zusammen. Parallel dazu haben die RFH und das Festkomitee Kölner Karneval eine Online-Befragung über ihre Social-Media-Kanäle durchgeführt. Darüber hinaus verwies der Kölner EXPRESS als lokale Zeitung sowie das Nachrichtenmagazin Focus (regional) in einem redaktionellen Artikel auf die Studie und veröffentlichten den Link zur Online-Befragung. Insgesamt 1874 Teilnehmer*innen beantworteten die Fragen online.

Die Initiative, auf die Menschen in Köln zuzugehen und deren Meinungen und Ratschläge zu erheben, wurde



»Je genauer wir wissen, was sich die Menschen Karneval wünschen, desto besser können wir zusammen mit der Stadt Köln Angebote machen und damit Besucherströme lenken. Und je besser es uns gelingt, die Jecken an verschiedene Orte in der Stadt zu leiten, desto überschaubarer werden auch aktuelle Hotspots wie etwa rund um die Zülpicher Straße.«

Christoph Kuckelkorn,
Präsident des Festkomitees Kölner Karneval

sehr positiv aufgenommen. Im Rahmen der Befragungen zeigten sich durch zahlreiche Vorschläge und umfangreiche Äußerungen ein starker Mitteilungsbedarf zum Status quo sowie eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Kölner Karneval und dessen Entwicklung und damit eine starke Verbundenheit.

Die Einbindung von Meinungen aus der Bevölkerung sind wichtig für die Weiterentwicklung des Kölner Karnevals unter Wahrung der Tradition, denn die Kölner*innen und ihre Besucher*innen lieben den Karneval und die „kölische Stimmung“, die sich in Sprache, Liedern und durch vielfältige Akteure und Veranstaltungen ausdrückt.

Damit schafft das Festkomitee den Spagat zwischen dem unorganisierten, ausgelassenen „Fastelovend“ und dem strukturierten, fest geregelten, organisierten Vereinskarnaval, dessen Interessenvertretung er ist.

Die ausführlichen Ergebnisse zur Studie und die damit verbundenen Maßnahmen werden zu gegebener Zeit veröffentlicht. Als traditionsreiche Kölner Fachhochschule im Herzen Kölns freuen wir uns, mit der Konzeption und Durchführung der Studie, bei einem für die Stadt Köln so wichtigen Thema, einen Beitrag zur Weiterentwicklung leisten zu können.

Das Institut für Projekt- und Informationsmanagement (IPMI) der RFH unterstützt Unternehmen im Projekt und Informationsmanagement sowie IT-Projekten.

Kontakt

Silke Schönert (Dr. rer. pol.),
Professorin für Business Information Systems und Projektmanagement, Studiengangsleiterin für das Studienfach Wirtschaftsinformatik Vollzeit
schoenert@rfh-koeln.de

Thomas Barth (Dr.-Ing.), Professor für das Studienfach Anwendungsentwicklung und IT-Systemarchitektur, Studiengangsleiter für das Studienfach Wirtschaftsinformatik berufsbegleitend
barth@rfh-koeln.de



Schloss Türnich

Ein soziales Innovationsprojekt

Text und Interview: Beate Czikowsky

Fotos: Severin von Hoensbroech, Ferdinand Trauttmansdorff

Schloss Türnich ist das einzige noch vollständig erhaltene Barockschloss im Rheinland. Es befindet sich im Stadtteil Türnich der Stadt Kerpen im Rhein-Erft-Kreis. Es hat eine geschichtenreiche Vergangenheit und eine lebendige Gegenwart mit Veranstaltungen, einer Demeter-Landwirtschaft, einem Café und Schlosspark mit reichem Baumbestand sowie der Kultur- und Naturstiftung Schloss Türnich. Eigentümer ist Godehard Graf Hoensbroech. Er wohnt mit seiner Frau Marie-Thérèse im Südflügel der Vorburg.

Das Schloss ist seit 1974 aufgrund der Grundwassersenkung durch den Braunkohleabbau der Rheinbraun AG in schlechtem baulichem Zustand. Es steht nämlich auf einer geologischen Unebenheit: Unter dem Schloss verläuft eine Tonlinse, die unterschiedlich dick ist. Ohne Grundwasser zieht sich der Ton zusammen, und genau das ist geschehen. Es entstanden Hohlräume, das ganze Schloss sackte infolgedessen ab, sodass die Familie Hoensbroech 1979 letztendlich ausziehen musste. Um das Gebäude vor der völligen Zerstörung zu schützen, wurden Sicherungen mit einer sogenannten Ringzugverankerung und umfangreichen Unterfangungsmaßnahmen durchgeführt und zudem das Treppenhaus sowie die wertvollen Decken-Stuckaturen mit zahlreichen Holzbalken abgestützt.

Das Dach konnte 2009 dank der Deutschen Stiftung Denkmalschutz des Landes NRW, der Stadt Kerpen und einer Einigung mit RWE erneuert, die Statik gesichert und der Hausschwamm bekämpft werden. Eine vollständige

Wiederherstellung wird von der gräflichen Familie angestrebt. Die RFH plant auf Schloss Türnich – in Zusammenarbeit mit den Besitzern – eine attraktive, internationale Begegnungsstätte, um dort Workshops, Symposien und Präsentationen durchzuführen. Dazu konnten mithilfe der RFH bisher umfangreiche Sanierungsarbeiten mit öffentlichen Geldern begonnen werden.

Die Fachhochschule verfolgt seit vielen Jahren die „Dritte Mission“, den unmittelbaren Austausch mit Wirtschaft und Zivilgesellschaft, und pflegt einen lebendigen Transfer mit den an Köln angrenzenden Regionen wie dem Bergischen Land, dem Kreis Heinsberg, dem Kreis Euskirchen oder auch Rhein-Erft. Sie hat in diesen Regionen vier Studienorte etabliert und fördert hierdurch den Transfer von Wissen in die Gesellschaft. Schloss Türnich soll ein weiterer Ort der „Dritten Mission“ werden und als zentrale Einrichtung die soziale Innovation des Rhein-Erft-Kreises begleiten und unterstützen.

Über das Vorhaben sprachen wir mit dem Initiator des Projektes, dem RFH-Präsidenten Prof. Dr. Martin Wortmann:

»Die Stärken der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH) finden wir im Zusammenwirken von praxisorientierter Ausbildung, Wissenschaft und Forschung sowie dem Ergebnistransfer in Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Köln und Umgebung erleben zurzeit einen Wandel, dessen Herausforderungen gemeistert werden wollen. Ballungsraum, Energiewende, demografischer Wandel sind hier nur ein paar plakative Themen. Am Ende führen sie alle zu sozialen Veränderungen, die wir als Bedrohung passiv begreifen oder positiv als soziale Innovationen bewusst herbeiführen können. Letzteres ist auch Aufgabe der Hochschulen, besonders der Fachhochschulen, die als regionale Standortfaktoren über alle Leistungsmerkmale zu ihrer Bewältigung verfügen. Ein sehr schönes Beispiel für einen zukunftsweisenden Ansatz verfolgt die Rheinische Fachhochschule Köln mit Schloss Türnich.«

RFH-Präsident Prof. Dr. Martin Wortmann

Prof. Wortmann, warum haben Sie sich für Schloss Türnich entschieden?

Ich bin auf der Suche nach Standorten, wo ich eine besondere Lern- und Arbeitsatmosphäre schaffen kann. Eine Kultur des akademischen „Treibens“ oder Arbeitens. Das sollten Orte sein, die ein bestimmtes Flair ausstrahlen und hier Möglichkeiten bieten, wissenschaftlich und praktisch zu arbeiten und zu leben. So ein Ort ist Schloss Türnich. Er verkörpert Kontinuität und Ganzheitlichkeit von Vergangenheit und Gegenwart und ist die Grundlage für die Fortschreibung von Zukunft.

Was kann man in Zukunft auf Schloss Türnich erfahren, lernen oder erleben?

Es soll als aktives Zentrum in der Vermittlung zwischen Bildung, Politik, Wirtschaft und Bürger*innen wirken und die Umsetzung der regionalen Entwicklungsarbeit

erfahrbar machen. Da Kerpen durch den Tagebau auf rund ein Drittel seiner Stadtfläche reduziert wurde, steht der Standort schon symbolisch für eine Energiewende als Strukturwandel in einer Region, die durch konventionelle Energieversorgung gekennzeichnet wurde. Schloss Türnich soll als Leuchtturmprojekt des Strukturwandels die Ansiedlung von Lehre und Forschung und die Entwicklung von Unternehmen und Start-ups im Braunkohlegebiet fördern, die den Prinzipien von Nachhaltigkeit und Kreislaufprozessen und dem Ansatz „Leben aus der Region“ folgen. Für dieses projektorientierte Arbeiten, also das „Am-,lebenden“-Projekt-Arbeiten“, eignet sich Schloss Türnich sehr. Und daran schließt sich der dritte Punkt an, nämlich „project- and problem-based learning (PBL)“. Das bedeutet, aus dem Thema heraus zu lernen, also keine reinen Vorlesungs- oder Theoriesituationen.

Aus Fehlern lernen?

Es ist wichtig, Bezüge herzustellen. Die kann man gut aus der historischen Perspektive umsetzen. Schloss Türnich hat eine lange Geschichte. Die Braunkohle hat das Barockschloss stark beschädigt. Jetzt ist es also an der Zeit, etwas Neues zu entwickeln und sich Fragen zu stellen, etwa, wie ich die Region wirtschaftlich stabilisieren oder auch, wie ich aus der Region mit ihren Angeboten leben kann. Wie gehe ich mit alten Kulturtechniken um und wie nutze ich neue Technologien, um das sinnvoll zu gestalten? Das zu nutzen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, betrifft unter anderem den gesamten Rhein-Erft-Kreis. Es geht zum Beispiel um Kreislaufwirtschaft. Das optimale Ausnutzen von Ressourcen. Es umfasst soziale Innovationen mit voraussichtlich positiven Effekten auf den Rhein-Erft-Kreis.

Was bedeutet das konkret?

Wir planen die Entwicklung eines Instituts (Institut für Nachhaltigkeit und Kreislaufprozesse), das die Entwicklung des Schlosses begleitet und unterstützt und darüber hinaus Impulse für die Region setzt. Dazu gehören auch neue Studiengänge, die zum Beispiel das bereits genannte Thema „aus der Region leben“ durch einen Bachelor „Gastronomische Wissenschaften“ aufnehmen. Darüber hinaus denken wir an Summerschools, Workshops, die einen kontinuierlichen Austausch mit der Region sowie eine wissenschaftliche Weiterbildung ermöglichen. Aber das dauert noch ein bisschen. Zuvor müssen noch einige Sanierungsarbeiten durchgeführt werden.

In welchem Umfang?

Die Einfahrt zum Schloss zielt ein Torhaus. Hier möchten wir den Sitz des Instituts etablieren. Die öffentlich geförderten Restaurierungsarbeiten sind in vollem Gange. Ende des Jahres, denke ich, sind wir soweit, um einziehen zu können. Darüber hinaus gibt es Konzepte für die Gestaltung der Unterrichtsräume, die sich in eine Gesamtplanung des Areals einordnen. Mithilfe der RFH konnten immerhin 4,2 Millionen Euro im Rahmen eines städtebaulichen Förderprogramms eingeworben werden, das zurzeit durch die Stadt Kerpen umgesetzt wird.

Wann, schätzen Sie, werden die Räume bezugsfähig sein und ab wann sind die ersten Angebote geplant?

Da wird noch viel Wasser die Erft hinunterfließen. Auch wenn wir den ersten Studiengang für 2019 anvisieren, das Gesamtprojekt wird noch lange dauern. Das klingt erst einmal negativ, birgt aber die Chance für viele Studierende, der Entwicklung eines schönen Projektes nicht nur beizuwohnen, sondern dieses auch mitzugestalten. Das empfinde ich als faszinierend. Viel Geld muss noch eingeworben, viele Netzwerke und Partnerschaften kreiert werden. Viel Kreativität wird gebraucht. Hier ist erst einmal der Weg das Entscheidende: project- and problem-based learning.

www.schloss-tuernich.de



Die Socialbar

Soziale Verantwortung zum Thema Web 2.0 und Zivilgesellschaft

Text und Interview: Beate Czikowsky
Bild: Barbara Frommann

Daniel Montua hat an der RFH Medienwirtschaft studiert (jetzt: „Media and Marketing Management“). Heute arbeitet er als Digital Communications Manager bei der Deutschen Post DHL Group und engagiert sich gemeinsam mit vier Mitstreiter*innen seit einigen Jahren ehrenamtlich für die Socialbar in Bonn. Ein Ort, an dem sich Web-Aktivist*innen und Social Entrepreneurs, NGOs und ehrenamtliche Helfer*innen, Politiker*innen und Unternehmen mit sozialer Verantwortung zum Thema „Web 2.0 und Zivilgesellschaft“ treffen, um sich auszutauschen und innovative Projekte zu starten. Der offene Geist der Internetgeneration – freier Wissensaustausch, gemeinsame Innovationen und mehr Kooperationen – soll durch die Socialbar in die Szene der zivilgesellschaftlichen Initiativen getragen werden. Wir haben mit Daniel Montua über das erfolgreiche Format gesprochen und uns zu einer Socialbar am Campus Schaevenstraße inspirieren lassen.

Herr Montua, warum heißt das Veranstaltungsformat „Socialbar“?

Zum einen, weil Social Media eine Rolle spielt. In der Informatik taucht der Begriff „Bar“ auch als Platzhalter auf, was zudem den digitalen Background widerspiegelt. Zum anderen ist „Bar“ tatsächlich der Ausdruck des Charakters einer Bar, wo ein lockeres und entspanntes Zusammentreffen möglich ist.



In dem Wort „Social“ geht es darüber hinaus um die Art und Weise, wie Menschen in einer Gesellschaft zusammenleben.

Die Socialbar an sich kommt sehr stark aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich, kooperiert aber auch mit wirtschaftlichen Akteuren. Das spiegelt den aktuellen Trend wider, dass das eine nicht ohne das andere funktioniert. Wenn ich eine Nichtregierungsorganisation (NGO) habe, dann muss ich die ja auch finanzieren, da brauche ich Partner*innen und deswegen gibt es keine grundsätzliche Abwehr gegen Wirtschaftsunternehmen.

Sicher auch, weil sich beide Akteure derselben Mechanismen bedienen? Facebook, Instagram, Twitter, immer verbunden mit dem Hintergrund, wie man Aufmerksamkeit generieren kann?

Die Mechanismen, um Aufmerksamkeit zu generieren, sind häufig sehr ähnlich. Die NGO muss Leads generieren, um Spenden einzusammeln und ein Unternehmen, um Produkte zu verkaufen. Die NGO-Szene liegt im Bereich Social Media übrigens sehr weit vorn. Die haben immer viel ausprobiert und waren der Wirtschaft an vielen Stellen voraus, weil sie flexibler waren. Ich denke da an den WWF, an Greenpeace oder Oxfam. Das sind NGO-Player, die schon seit vielen Jahren erfolgreich und durchaus als Vorreiter zu sehen sind.

*Die Socialbar bringt Web-Aktivist*innen und Social Entrepreneurs, NGOs und ehrenamtliche Helfer*innen, Politiker*innen und Unternehmen zusammen. Was ist das Ziel dieser Treffen?*

Der Austausch ist ganz wichtig, um sich Feedback einzuholen. Es gibt die fünf goldenen Regeln bei solchen Treffen. Eine davon lautet: Du sollst nichts verkaufen. Wir versuchen, authentisch zu sein.



Daniel Montua studierte an der RFH Medienwirtschaft, heute „Media and Marketing Management“.

www.rfh-koeln.de/medienwirtschaft

Das Studium vermittelt betriebswirtschaftliche, medien- und kommunikationswissenschaftliche sowie technische und kreative Fähigkeiten.

Die intensive Zusammenarbeit mit den Unternehmen im Rahmen der Projekte ist ein wesentlicher Baustein der Praxisorientierung.

Studiengangsleitung Vollzeit:

Prof. Dr. Beate Gleitsmann,

beate.gleitsmann@rfh-koeln.de

Studiengangsleitung berufsbegleitend:

Prof. Dr. Jürgen Abel,

juergen.abel@rfh-koeln.de

Auf Ihrer Website steht, dass die Socialbar ein unabhängiges, nicht-kommerzielles Kompetenznetzwerk für digitale Medien und kulturellen Wandel in der Zivilgesellschaft ist. Sie soll einen Mehrwert für alle Beteiligten schaffen. Wie funktioniert das?

Es gibt in der Socialbar wirklich digitale Weltverbesserer. Menschen, die mit sehr viel Engagement etwas ändern wollen. Aber auch Menschen, die sich einfach für Digitalisierung interessieren, für Themen, die schon eine gewisse Gemeinnützigkeit haben. Zum Beispiel das Thema „Open-Source-Lösung“. Welche Daten und Programme gibt es, die gemeinsam von allen genutzt werden können? Oder Open Data. Dazu hatten wir schon mehrere Vorträge: Wie geht man mit Daten in einer Kommune um? Da geht es etwa um Daten zu Busfahrplänen, die allen über eine ansprechende App zur Verfügung gestellt werden können.

Gibt es noch weitere Beispiele?

Interessant war auch die Idee, einen Marktplatz in einem Stadtviertel einzurichten, in dem man kleine Videos oder Fotos einstellen kann, wenn etwa der Spielplatz vermüllt ist. Diese Daten kann man mit der Stadt oder einer Kommune verknüpfen, die dann entsprechend handeln können. Auch Sharing Economy ist ein großes Thema. Wir hatten die Initiative „Foodsharing“ schon zwei Mal bei uns zu Gast. Die haben erzählt, wie das mit einer App funktioniert. Vereinfacht gesagt: Jemand schreibt, ich habe eine Veranstaltung, es ist noch Essen übrig und man kann sich das abholen.

Das sind Themen, die das Leben der Menschen verbessern – vor dem Hintergrund: Ist die Socialbar selbst eine soziale Innovation?

Ja, das würde ich schon sagen. Sie hat den Vorteil, dass wir Ideen und Menschen verknüpfen können. Das ist ein wichtiger Punkt. Online funktioniert ohne offline nicht. Wenn ich eine Idee habe, etwa für eine neue App, muss ich es schaffen, die Leute beim Bier – und das ist die Möglichkeit der Socialbar – in der persönlichen Ansprache, davon zu überzeugen, dass es sich um eine gute Sache handelt ...

... die ans Laufen kommen muss?

Es gibt diesen Ausdruck „Slackivism“ (Der Begriff „Slackivism“ setzt sich aus den englischen Wörtern „slacker“ für „Faulenzer“ und „activism“ für „Aktivismus“ zusammen. Anm. d. Red.). Denn nur, weil 1000 Menschen eine Petition online unterschreiben, heißt es ja nicht, dass sie auch dafür auf die Straße gehen. Es gibt eine Diskrepanz zwischen Online-Aktivismus und der eigentlichen Handlung. Die Socialbar bringt Menschen zusammen, um aktiv zu werden.

Funktioniert das denn? Setzt die Socialbar gesellschaftliche Prozesse in Bewegung?

Die Socialbar ist keine originäre Quelle für etwas Neues. Das wäre vielleicht etwas übertrieben. Daraus ist bisher noch keine neue NGO entstanden oder Ähnliches, aber es ist eine Plattform. Viele Menschen haben sich darüber kennengelernt und oft entsteht auch etwas daraus. Man hält Kontakte. Wenn wir uns in der Socialbar treffen, ist das immer ein guter Termin. Wir machen das jeden zweiten Monat zu einer After-Work-Geschichte. Die Leute kommen aus dem Job, entspannen sich erst mal, vielleicht bei einem Bier und kommen da in ein lockeres Gespräch. Es hat also eher einen Barcharakter und ist weniger ein strenges Treffen. Wir haben ja auch die Regel, dass wir uns duzen.

Die Einbindung der Zivilgesellschaft klingt nach mehr gelebter Demokratie? Am Beispiel der Digitalisierung: Menschen nutzen diese Technologie, um der Gesellschaft zu dienen?

Absolut. Ich finde es faszinierend, dass man über die Socialbar neue Ideen bekommt, wie man digitale Medien mit einem wichtigen, gesellschaftlichen Thema verknüpfen kann. Wir hatten auch schon die Kirche in der Socialbar. Die haben zum Beispiel über Instagram Kirchenführungen gemacht und so versucht, eine neue digitale Perspektive im Bereich Kirche aufzuzeigen.

Was ist Ihre Motivation, sich für eine Socialbar zu engagieren?

Meine Motivation ist es, Menschen zu verbinden und ihnen eine Plattform zu geben. Ich bin damit über meinen früheren Job in Berührung gekommen. Und die Verbundenheit ist bis heute geblieben. Ich mache das sehr gern, weil ich darüber natürlich auch mein Netzwerk pflegen kann. Vor allem ist es aber ein gutes Format, das einfach zu organisieren ist. Das ist (fast) ein Selbstläufer geworden. Wir bekommen mittlerweile auch Einladungen für Veranstaltungslocations.

Gibt es ein ähnliches Format, das die Zivilgesellschaft mit anderen Playern in Verbindung bringt, um Projekte anzustoßen?

Es gibt noch Barcamps. Da sind wir auch aktiv. Wir sind selbst auch Barcampgänger und gehören so natürlich auch selbst zur digitalen Szene in Bonn.

*Barcamps zeichnen sich ja unter anderem auch dadurch aus, dass die Teilnehmer*innen die Themen aktiv mitgestalten können.*

Ja, das trifft auch für die Socialbar zu. Das Prinzip ist immer ein zehnminütiger Vortrag. Dann folgen zehn Minuten Fragen. Die Themen legen wir allerdings vorher fest. Wir bekommen Vorschläge und dann versuchen wir das zu bündeln. Manchmal ist es auch themenoffen. Beim letzten Mal waren wir bei der Telekom eingeladen zum Thema Start-ups. Da waren drei Start-ups vor Ort, die sich vorgestellt haben.

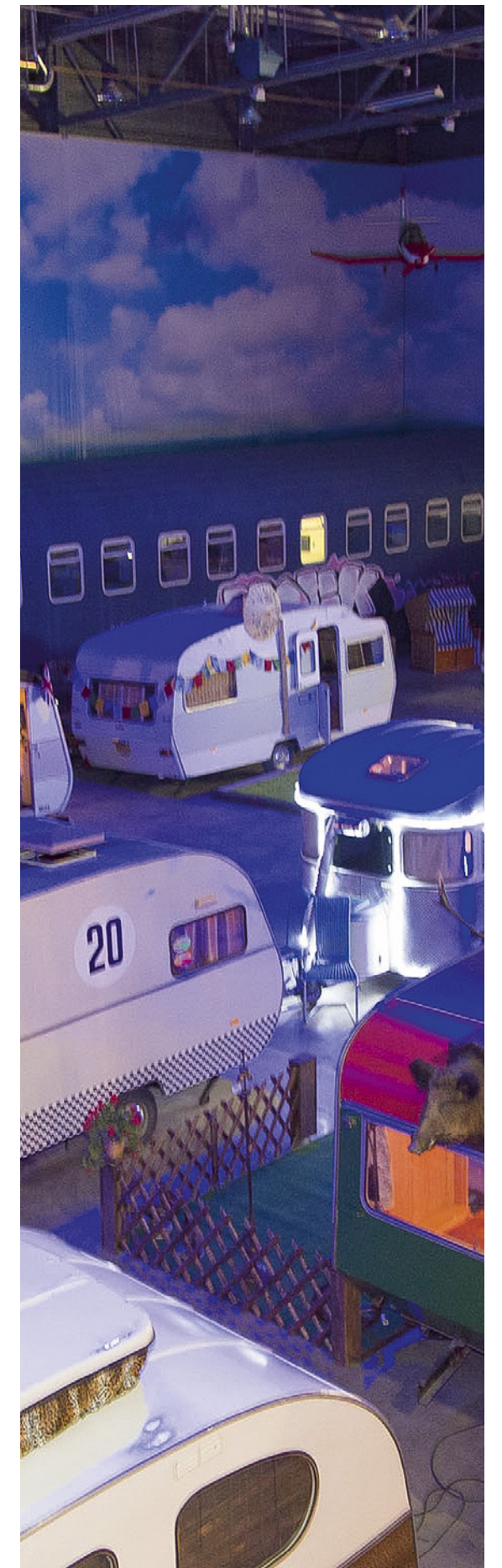
Nur vordergründig. Ich arbeite bei der Deutschen Post DHL Group. Wir machen ganz viel zum Beispiel im Bereich der Unternehmensverantwortung, von Go Teach bis hin zu Flüchtlingsinitiativen. Aktuell sind wir ganz stark im Bereich der Elektromobilität unterwegs. Das sind Themen, die in der Socialbar gut ankommen. Wir haben aber auch schon politische Parteien eingeladen.

Welche Projekte wünschen Sie sich noch im Bereich der Socialbar in Bonn?

Wir sind in Bonn jetzt seit acht Jahren dabei, da hatten wir schon viele Themen. Aber was ich mir wirklich wünsche, ist, dass wir Ideen „fliegen lassen“ und auch wirklich Reichweiten erzielen. Es gibt zwar sehr viele Ideen und viel Engagement, aber dass die Projekte auch erfolgreich funktionieren, ist häufig schwer zu erreichen. Foodsharing zum Beispiel funktioniert. Die haben eine App. Foodsharing kennen mittlerweile viele. Andere Projekte sind noch mehr in der Nische.

Was müsste passieren?

Aus meiner Sicht gibt es noch Herausforderungen im Hinblick auf die Finanzierungsmöglichkeiten. Da fehlt häufig der Kontakt zur Wirtschaft oder das Know-how, wie man richtige Förderanträge erstellt, um ein sinnvolles Funding zu erhalten. Die Marketingexpertise ist ebenfalls sehr wichtig. An der RFH habe ich bei Professor Niklas Mahrtdt gelernt, wie man mit bestimmten Mechanismen Reichweiten erzielen kann. An der RFH waren wir da generalistisch aufgestellt, das hat auch Vorteile.



»Wir wollen nicht zeigen, dass wir besser sind«

Wie aus einem Studienprojekt ein Verein wird

Text und Interview: Beate Czikowsky
Foto: Lena Plönnes

Seit 2010 fährt Professor Dr. Horst-G. Lippold regelmäßig mit RFH-Studierenden nach Asien, um das Land, die Kultur und zahlreiche Unternehmen kennenzulernen. Für alle Studierenden ist das jedes Mal ein unvergessliches Erlebnis, auch weil sich die Gruppen an sozialen Projekten beteiligen. In demselben Jahr ist aus den RFH-Studienreisen der gemeinnützige und ehrenamtliche Verein „Köln hilft Kambodscha e. V.“ entstanden. Das Ziel ist die Verbesserung der Lebensumstände ländlicher Bewohner*innen durch nachhaltige **Projekte in den Bereichen Infrastruktur und Bildung**. 2017 ist in Tumneab Svay in der Nähe von Angkor Wat, Kambodscha, der Bau eines Bürgerhauses fertig geworden, das gleichzeitig auch als Schule (Non Formal School) genutzt wird. Sie ist technisch eingerichtet mit Beamer und Laptops. Seit September werden derzeit 80 Kinder in Englisch unterrichtet. Künftig wird es auch EDV-Schulungen (Internetnutzung, Word, Excel etc.) geben.

„In Kambodscha gibt es 14,8 Millionen Einwohner, 25 Prozent haben keinen Zugang zu sauberem Wasser, 67 Prozent keinen Zugang zu sanitären Anlagen und 23 Prozent leben unterhalb der Armutsgrenze“, resümiert Prof. Lippold die Situation. „Das können wir uns in Deutschland nicht vorstellen. Wir wollen nicht zeigen, dass wir besser sind, aber wir können mit unserem technischen Know-how unterstützen. Studierende können ihr Wissen einbringen und praktisch umsetzen. Haben die Menschen die Möglichkeit, etwas zu lernen, werden sie gefördert, dann haben sie eine Chance, im Land etwas zu erreichen. Bildung und

Infrastruktur ist die Wurzel jeden Fortschritts“, ist der Studiengangsleiter für Wirtschaftsinformatik überzeugt.

Marc Steffen Benke und Christina Neumann haben das Projekt während ihres Bachelorstudiums begleitet. Aktuell studieren beide an der RFH Technical Management. Das Masterstudium baut auf Bachelorstudiengängen des Fachbereichs Ingenieurwesen auf.

Frau Neumann, Herr Benke, wie sind Sie auf das Projekt aufmerksam geworden?

Christina Neumann: Wir waren mit Herrn Lippold 2016 in Mexiko auf einer Studienreise. Das hat uns so gut gefallen, dass wir auch in Asien dabei sein wollten. Ein Teil dieser ersten Asien-Studienreise war, in das Dorf Tumneab Svay zu fahren und dort zusammen mit insgesamt 15 Studierenden und Herrn Prof. Lippold für knapp zwei Tage aktiv tätig zu sein. Als wir gesehen haben, was gemacht werden muss, haben wir Ideen gesammelt und wussten schon bald, dass wir noch mal eine längere Zeit dort hinmöchten, um mehr bewirken zu können.

Was haben Sie dort gemacht?

Christina Neumann: Die Studentengruppe war gerade in Angkor Wat. Marc war mit Prof. Lippold und zwei weiteren Helfern zur gleichen Zeit schon vor Ort und hat das Grundstück der Schule vermessen. Als wir abends



dazu kamen, war der Grundstein bereits gelegt. Dann wurden auch schon die Pfeiler in den Löchern platziert. Es ging alles relativ schnell, innerhalb von zwei Tagen stand die Schule bereits einen Meter hoch.

Marc Steffen Benke: Wir haben das Haus mit ganz einfachen Backsteinen gebaut. Vor Ort gab es natürlich keinen Betonmischer, dementsprechend wurde einfach der Beton mit Schippen auf dem Boden zusammengemischt. Und parallel zu dem Aufbau der Schule haben wir auch eine Photovoltaik-Ladestation direkt neben der Schule mit einer maximalen Leistung von 450 Watt errichtet. Die Zeit in dem Dorf war sehr kurz, daher haben wir gleich das Bedürfnis entwickelt, nochmals dorthin zu wollen.

Wie hat Ihr Tagesablauf ausgesehen?

Christina Neumann: Den größten Teil haben wir im Dorf verbracht. Wir hatten dort ein Haus, das eigentlich der Schwester unserer Gastmutter gehört und darin durften wir schlafen. An den Wochenenden waren wir meistens aus organisatorischen Gründen in Siem Reap. Denn nur dort hatten wir Internet. Dann haben wir von

Woche zu Woche geschaut, was wir für die einzelnen Projekte noch benötigen und wer wann zur Unterstützung ankommt und wo eingebunden werden kann.

Sie verfügen beide über technisches Know-how. War das ausschlaggebend für Ihr Engagement zu sagen, hier bringe ich meine Expertise ein? Oder war es eher das soziale Engagement? Oder beides?

Marc Steffen Benke: Schon beides, definitiv. Wir konnten auf Materialien zurückgreifen, die wir im Studium erlernt haben, zum Beispiel im Fach „Regenerative Energien“. Vor der Studienfahrt haben wir beispielsweise eine Photovoltaik-Ladestation geplant und dann auch in die Praxis umgesetzt. Unser Ziel bestand darin, dass die Leute nicht mehr an einem Dieselgenerator Strom erzeugen, ihre Batterien zum Betrieb der Hausbeleuchtung aufladen und dafür viel Geld zahlen müssen, sondern ihre Batterie kostenlos an dieser Photovoltaik-Ladestation aufladen können. Während eines Ingenieurstudiums lernt man, wie man strukturiert und lösungsorientiert an Problemstellungen herangeht und das hat uns in dieser Projektarbeit auf jeden Fall weitergeholfen.

Christina Neumann: Ein großes Thema waren die Solarkocher, die Prof. Lippold und Marc zusammen mit einem lokalen Schlosser aufgebaut haben. Dann der Sparkocher, der das Brennholz einsparen soll. Mit diesem Sparkocher kann eine Einsparung von bis zu 70 % Feuerholz erzielt werden. Dann haben wir noch eine Mülltrennstation aufgebaut und eine Müllsammelaktion gestartet, weil so viel Plastikmüll herumliegt. Der Müll wird einfach festgetreten, von Tieren gefressen oder verbrannt. Der ganze Qualm steht in den Häusern, was natürlich sehr umweltschädlich und zugleich sehr gesundheitsschädlich für die Menschen dort ist. So haben wir versucht, die Mülltrennung bei den Menschen anzuregen. Und, dass man diesen Müll – wie Metall, Plastik und Rohstoffe – verkaufen und damit sogar noch Geld verdienen kann.

Gab es jemanden, mit dem Sie vor Ort alles besprechen und klären mussten?

Christina Neumann: Die Lehrerin, Sreymom, war während der knapp zwei Monate Aufenthalt unsere Hauptansprechpartnerin und zugleich unsere Gastmutter. Sie war zudem eine der wenigen Personen im Dorf, die Englisch sprach.

Marc Steffen Benke: Sie war unser Multiplikator ins Dorf. Und sie war im Prinzip auch unser Bindeglied zur Bürgermeisterin, weil sie vieles absegnen musste. Wir konnten alle Teilprojekte nur zusammen mit den Menschen vor Ort schaffen.

Wir haben etwa einen Schlosser gefunden, der mit uns einen Solarkocher anhand von maßstabgenauen Zeichnungen bauen wollte, die Prof. Lippold mitgebracht hat. Der Solarkocher besteht im Prinzip aus sechs Metern Flachstahl und primär aus Reflektorblechen, die wir aus Deutschland mitgebracht haben.

Wird der Solarkocher auch in der Schule eingesetzt?

Marc Steffen Benke: Wir hatten ihn zwischenzeitlich in der Schule stehen. Aber es ist auch schwierig, ihn in den Schulalltag zu integrieren, weil die Lehrerin insgesamt zehn Kinder betreut und damit ausgelastet ist. Sie musste für alle kochen und zusätzlich dann noch eine Innovation in den Alltag mit einbringen, die viel Aufmerksamkeit benötigt. Das ist fast unmöglich. Der Sparkocher ist verhältnismäßig günstig im Vergleich zu dem Solarkocher und erfordert auch nicht eine so starke

Umstellung, weil man damit jederzeit kochen kann. Beim Solarkocher muss man zum Beispiel einen Warmhaltekorb verwenden und seinen Reis vorkochen. Und wenn der Reis dann warm ist, fängt man an, sein Fleisch anzubraten. Wenn die Sonne wenig scheint oder es bewölkt ist, kann man gar nicht kochen. Damit ist also eine große Umstellung verbunden. Anderen Familien fiel es einfacher, den Solarkocher auszuprobieren und in ihren Tagesablauf zu integrieren.

Waren Sie es, die den Sparkocher entwickelt haben?

Marc Steffen Benke: Nein, die Zeichnung hat Prof. Lippold in Altötting erhalten, bei dem Verein EG-Solar. Dieser Verein hat sich primär in Afrika auf solche Projekte spezialisiert und Herr Lippold hat dort einen Solarkocher-Workshop gemacht. Den Sparkocher allerdings haben wir in Kambodscha das erste Mal aufgebaut. Da wir nur die technischen Unterlagen dabei hatten, war der Aufbau ein bisschen schwieriger, auch deshalb, weil wir nicht genau wussten, wo die Tücken sind. Daher mussten wir viel experimentieren.

Solarkocher, Sparkocher, Müllsammelprojekt, das sind einige Innovationen.

Marc Steffen Benke: Wir hatten auch ein Landwirtschaftsprojekt in Kooperation mit einer französischen Organisation, CEDAC, was auf die Eindämmung der Landflucht in Kambodscha abzielt.

Wie haben die Menschen auf Ihre Unterstützung reagiert?

Christina Neumann: Zunächst haben sie nur zugeschaut, was wir gemacht haben. Nach und nach haben wir ihnen dann erklärt, was wir machen möchten und sie gefragt, ob sie das für gut befinden. Schließlich haben sie selbst mit angepackt. Und wenn ein Problem auftauchte, dass sie selbst wahrgenommen haben, sind sie auf uns zugekommen und haben gesagt, ja, ich mache das.

Marc Steffen Benke: Menschen aus Deutschland fragen sich vielleicht, wie man so leben kann. Aber für die Kambodschaner dort ist es normal, so zu leben. Sie bewerten ihr Leben dort nicht als schwierig. Ein Kambodschaner sagt dir ganz einfach, hey, das ist doch kein Problem. Aber es gibt natürlich Probleme und die sind ihnen auch teilweise bewusst, diese werden dann aber einfach so hingenommen.

Einige Probleme sind jetzt gelöst. Wie nehmen die Menschen im Dorf diese Veränderungen auf?

Marc Steffen Benke: Generell sehen sie diese als positiv an. Aber was sich grundsätzlich und langfristig für sie verändert, können sie, glaube ich, nicht absehen. Kambodschaner denken sehr kurzfristig. Es wird wenig Geld gespart. Die Teilnahme an dem Englisch-Förderunterricht ist enorm. Wie viele Kinder freiwillig dahin gekommen sind, einfach, weil sie etwas lernen wollen, ist toll. Zudem ist das Zusammensein mit anderen Kindern für sie natürlich schön. Wir stellen keine Konkurrenz zu den öffentlichen Schulen dar. Mit den umliegenden öffentlichen Schulen haben wir gesprochen, damit wir auch von ihnen anerkannt werden.

Was war denn aus Ihrer Sicht die schönste Erfahrung, die Sie vor Ort gemacht haben?

Christina Neumann: Die Gastfreundlichkeit der Leute. Am Anfang waren sie recht verhalten, aber je länger wir dort waren, desto mehr Menschen kamen auf uns zu – auch diejenigen, die kein Englisch sprechen konnten. Wir haben uns mit Händen und Füßen verständigt. Irgendwann gehörten wir dann zu dieser Gemeinschaft dazu. Es war schön, mitzuerleben, dass sie das Wenige, was sie hatten, noch mit uns geteilt haben.

Was hat Sie dazu bewogen, jetzt doch noch einen Master zu studieren?

Christina Neumann: Ich habe gemerkt, dass ich wieder mehr lernen, mich selber weiterbilden möchte, um ein größeres Verständnis für manche Dinge erlangen zu können. Zudem hat mir das Bachelorstudium hier auch sehr gefallen.

Was möchten Sie später beruflich machen?

Christina Neumann: Nach der Entwicklungshilfe könnte ich mir vorstellen, auch im Berufsleben für eine sozial engagierte Organisation zu arbeiten und dort Projekte in Deutschland zu leiten.

Marc Steffen Benke: Nach einem Praxissemester bei BMW und meiner Bachelorthesis im Bereich Elektromobilität möchte ich in diesem Bereich bleiben.

Marc Steffen Benke (Bachelor Elektrotechnik) und **Christina Neumann** (Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen) haben im Sommersemester 2017 an der RFH ihren Abschluss gemacht. Sie studieren an der RFH den Master Technical Management. Seit einigen Jahren engagieren sie sich für den Verein „Köln hilft Kambodscha e. V.“. Prof. Dr. Horst-G. Lippold hat ihn gegründet. Er ist Studiengangsleiter für das berufs begleitende Studium Wirtschaftsingenieurwesen mit den Schwerpunkten Controlling, Kosten- und Leistungsrechnung.

Der Verein „Köln für Kambodscha“

Der Verein wurde am 9. November 2010 von Studierenden und Prof. Dr. Horst-G. Lippold gegründet und engagiert sich seither in verschiedenen sozialen Projekten im Raum Siem Reap. Ziel des Vereins ist die Verbesserung der Lebensumstände ländlicher Bewohner*innen durch nachhaltige Projekte in den Bereichen Infrastruktur und Bildung, wie dem Bau und Betrieb von Bildungseinrichtungen, der Etablierung einer umweltfreundlichen Müllentsorgung, dem Aufbau einer nachhaltigen und ertragreichen Landwirtschaft sowie dem Aufbau einer nachhaltigen Wasser- und Energieversorgung. Mit dieser Zielsetzung möchte der Verein seinen ganz persönlichen Beitrag, zu den von der UN vereinbarten Sustainable Development Goals, leisten. „Gib einem Mann einen Fisch und du ernährst ihn für einen Tag. Lehre einen Mann zu fischen und du ernährst ihn für sein Leben.“ Engagierte Menschen, auch außerhalb der Hochschule, werden immer gesucht.

www.koelnhilftkambodscha.de



Studium Technical Management (M.Eng.)

Der Masterstudiengang Technical Management (M.Eng.) der RFH Köln bereitet auf hoch qualifizierte Fach Tätigkeiten und Führungsaufgaben in der industriellen Arbeitswelt vor. Das Studium baut dabei auf Bachelorstudiengängen des Fachbereichs Ingenieurwesen auf. Der Studiengang wird in vier Studienschwerpunkten angeboten, die sich an den spezifischen Anforderungen verschiedener beruflicher Einsatzfelder orientieren und auf korrespondierende Bachelorstudiengänge aufbauen: Automatisierungstechnik, Produktionsmanagement, Produktentwicklung und Vertriebsmanagement.

www.rfh-koeln.de/technical_mngt

»Wir wissen, was unsere Generation will«

ConTogether – Aus dem Hörsaal ins Geschehen

Text und Interview: Beate Czikowsky
Fotos: Philippe Moosmann

Im Wintersemester 2017/2018 waren 2,85 Millionen Studierende an deutschen Hochschulen immatrikuliert. Welche Menschen stecken hinter diesen Zahlen? Wie lebt, denkt und arbeitet die Generation Z (geboren zwischen 1995 und 2010)? Welche Vorstellungen hat sie vom Leben und Arbeiten? Und welche Ziele und Träume verfolgt sie, auch nach dem Studium? Diese Fragen haben wir acht Mitgliedern der studentischen und unabhängigen Unternehmensberatung ConTogether im Interview gestellt. Die meisten von ihnen studieren an der RFH. Herausgekommen ist eine beachtliche Einheit in der Vielfalt.

Sie studieren, jobben und haben zudem noch die studentische Unternehmensberatung ConTogether gegründet. Das ist eine ganze Menge. Was motiviert Sie?

Max: Wenn man selbst ein Unternehmen, ein Start-up, gründet, dann ist man derjenige, der sich selbst Chancen schafft. Wenn man in ein bestehendes Unternehmen eintritt, dann ist man eher derjenige, der die Chancen erkennen und ergreifen muss.

Niklas: Mich hat vor allem motiviert, Erfahrungen zu machen.

Hat das auch mit dem Wunsch nach Eigenverantwortung zu tun?

Constantin: Das hat vor allem ganz viel mit Fehlerkultur zu tun. Weil wir die Möglichkeit haben, in einem kleinen, jungen Kreis ohne Auswirkungen Fehler zu begehen. Viele Unternehmen sind noch nicht so weit, dass sie eine gesunde Fehlerkultur für sich selbst initiiert oder eingeführt haben. Es macht viel mehr Spaß, außerhalb des Unternehmens, in einem kleinen Team zu lernen und Dinge auszuprobieren.

ConTogether ist ein Gemeinschaftsprojekt. Sie können etwas gemeinsam entwickeln und Erfolge feiern.

Robin: Ich bin aus einer ganz anderen Fachrichtung und als ich mich anfangs mit diesem Projekt beschäftigt habe, dachte ich, das ist gar nichts, was ich wirklich kenne. Dann bin ich in die Gruppe gekommen und wurde immer motivierter. Durch die lange Zusammenarbeit wurde unser Zusammenhalt gestärkt und das spielte natürlich auch eine wichtige Rolle.

Morice: Für mich ist es einfach cool, dass wir etwas bewirken können. Die Arbeit hat uns nicht ein Vorgesetzter aufgedrückt, sondern ist in gewisser Weise Selbstverwirklichung. Wir machen, worauf wir Lust haben und daraus schöpft man auch Motivation.



hinten v.l.n.r.: Florian Schönberger, Max(imilian) Beindorf, Constantin Dubyk, Pascal Jakoby, Robin Gesell, Thorsten Brückner
vorne v.l.n.r.: Niklas Gerigk, Morice Peltner

Klar, gibt es auch Tätigkeiten, wie das Schreiben einer Gesellschaftsordnung, wozu keiner Lust hat (lacht).

*Sie haben bisher zwei Projekte durchgeführt. Was wünschen Sie sich für weitere Projekte und Kund*innen?*

Pascal: Für mich ist ein Traumkunde jemand, der von sich aus erkennt, dass er Hilfe benötigt und diese Hilfe auch akzeptiert. Ich habe neulich mit einer Kundin telefoniert, die mir sagte, ganz ehrlich, wenn ich so weitermache, dann bricht es irgendwann zusammen. Wenn ein Kunde offen ist und wir nicht unermüdliche Überzeugungsarbeit leisten müssen, ist das die Grundlage für eine hervorragende Zusammenarbeit. Wir wissen natürlich, dass es potenziellen Kund*innen gegenüber schwer zu vermitteln ist, dass wir beraten können. Wir sind zu jung für einen klassischen Berater. Dann haben wir uns gesagt, wir vermitteln das, was uns interessiert. Zum Beispiel, wie wir arbeiten wollen. Es geht in dem Zusammenhang um neue Arbeitsmethoden.

„New Work“ ist ein gutes Stichwort. Ihre Generation ist ja dafür bekannt, ständig erreichbar zu sein, selbstbewusst, karrierebewusst, aber auch skeptisch gegenüber alten Strukturen. Wie soll Ihr Job aussehen?

Constantin: Wir sind nicht nur wissbegierig und ehrgeizig, wie immer so schön geschrieben wird. Wir sind auch extrem verwöhnt. Wir sind ja nicht nur Mitarbeiter für ein Unternehmen, sondern auch selbst Kunden. Viele Unternehmen haben mit ihrer perfekten Customer Journey und ihrer Kundenzentrierung dafür gesorgt, dass wir uns daran gewöhnt haben. Wir gehen mit einer „Kundenbrille“ da rein. Der Job muss also extrem auf unsere Bedürfnisse angepasst sein und wenn eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter Freiräume bekommen möchte, soll er auch Freiräume bekommen, und wenn ein anderer Mitarbeiter mehr Führung haben möchte, dann sollte er die ebenfalls erhalten. Man muss also viel flexibler werden. Es gibt nicht nur diesen einen Weg, nach dem alle Unternehmen so schreien: „Was wollt ihr? Was will eure Generation?“ Wir wollen eben viel Verschiedenes und das ist die Herausforderung. Eine Personalabteilung ist viel mehr als eine Verwaltung. Die muss moderieren, die muss begleiten, die muss coachen und das sind einfach die großen Herausforderungen, die man an unsere Generation herantragen muss.

Florian: Den klassischen Verlauf – das heißt Schulabschluss, Ausbildung, Studium, Jobeinstieg in ein

Unternehmen ohne Wechsel bis zur Rente – wird es in dieser Form vermutlich immer seltener geben. Selbst wenn ich mich dafür entscheide, mein Leben lang einem Unternehmen treu zu sein, bleibe ich ja nicht vierzig Jahre in einer Position.

Ich glaube, die jetzige Generation hat verstanden, dass es enorm wertvoll ist, nach links und nach rechts zu schauen. Und nicht immer nur nach oben.

Thorsten: Man möchte auch seine eigene Meinung einbringen können. Denn anderenfalls ist es einfach nur ein Nine-to-five-Job. Man geht hin, arbeitet und dann ist das so. Man empfindet nichts für diesen Job und hat allerdings nach zwei Tagen schon keine Lust mehr auf die Arbeit. Wir wollen uns einbringen. Demokratie sollte nicht nur bei uns, sondern auch im Leben stark ausgeprägt sein.

Florian: Eine Tätigkeit muss schon Anspruch haben, aber für mich sind die Kollegen und die Unternehmenskultur fast wichtiger als die Tätigkeit an sich.

Morice: Ich stelle mir schon vor, dass ich einen Job habe, der mir viel abverlangt und in dem ich mich selbst entwickeln kann, persönlich wie beruflich. Aber erst das Drumherum macht zufrieden. Das muss sich schon so fügen, dass mich sowohl Familie, Freunde, Job hundertprozentig zufriedenstellen.

Wie viel Wunsch und wie viel Wirklichkeit gibt es in Unternehmen im Hinblick auf das Thema „New Work“?

Niklas: Ich habe ja vorher eine Ausbildung in einer Bank gemacht, dort gab es zum Beispiel keine Demokratie. Das spiegelte sich dann nicht nur in unserer Generation, sondern bei Kollegen jeder Generation in der Laune wider, hatte also keinen positiven Einfluss.



Was wir im Studium lernen, ist, dass die Leute ihre Arbeit wertschätzen und mitbestimmen können.

Robin: Ich habe die Erfahrung gemacht, dass besonders in alteingesessenen, konservativen Unternehmen, sehr viel von oben herab entschieden wird. Aber je nachdem, in welche Arbeitsgruppe man kommt, werden Entscheidungen dann auch demokratisch getroffen und die Zusammenarbeit ist viel dezenter, viel motivierter.

Pascal, neben Ihrem Studium programmieren Sie freiberuflich. Können Sie sich irgendwann eine Festanstellung vorstellen?

Pascal: Vorstellen schon, aber nur, wenn man nicht jeden Tag denkt, dass man für jemand anderen arbeitet. Ich möchte eigene Ideen und Visionen entwickeln und diese dann mit tollen Kollegen umsetzen, ohne dass es, weil es „neu“ oder „anders“ ist, direkt abgelehnt wird.

Florian: Das kann ich nur bestätigen. Ich finde es verrückt, wie viel Lebenszeit Menschen für den Erfolg eines Unternehmens opfern, und sich dabei ganz wenig um ihre eigene persönliche Entwicklung und den damit verbundenen Erfolg kümmern. Man kann bei sich persönlich mindestens genauso viel bewirken wie in einem Job. Ich finde es auch ganz wichtig, diese Balance zu behalten.

Was ich bei ConTogether insbesondere gelernt habe, ist ein Stück weit Disziplin und Durchhaltevermögen.

Bei mir war es so, dass ich zu vielen Dingen vorher eine andere Einstellung hatte, mich ein bisschen durchgekämpft habe und jetzt mit einer ganz neuen Erkenntnis rausgehe. Diese Möglichkeit habe ich, weil man hier für sich entscheiden kann – zum Beispiel was mache ich, wo bringe ich meine Stärken ein oder wo kann ich mich weiterentwickeln.

Wissen Unternehmen eigentlich, wie Studierende heute „ticken“?

Niklas: Unternehmen fragen sich natürlich: Was müssen wir für die jungen Leute tun, damit die „Young Talents“ noch zu uns kommen.

Wäre das nicht ein neuer Auftrag für Sie? Sie beraten Unternehmen dahingehend, was in der Bewerberansprache wichtig ist?

Thorsten: Ja, denn die Unternehmen wissen oft nicht, wie man zukünftige Mitarbeiter*innen ansprechen muss. Wie können wir uns in die Zielgruppe einfühlen? Den Unternehmen gehen langsam die jungen Leute aus – das hängt auch mit dem demografischen Wandel zusammen. Sie müssen sich bemühen, den zukünftigen Arbeitnehmer*innen die gewünschten Arbeitsbedingungen zu bieten.

Constantin: Henry Ford hat einmal gesagt, wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde. Ich glaube, man muss mehr machen, als nur die Leute zu fragen. Darin besteht auch die Aufgabe einer Führungskraft: Genau das zu erkennen. Ich glaube, da draußen gibt es unheimlich viele

Führungskräfte, die nie „Werkzeuge an die Hand bekommen haben“ und dadurch völlig überfordert sind. Das ist nicht fair, auch nicht gegenüber den Führungskräften, denn die müssen fachlich fit sein und darüber hinaus noch pädagogisch arbeiten.

Sie sind alle im fünften, sechsten Semester. Halten Sie schon Ausschau nach Jobs oder lassen Sie das Thema auf sich zukommen?

Constantin: Für uns gehört Marktbeobachtung dazu. Wie präsent ist ein Unternehmen, welches Marketing hat es, welche Marke transportiert ein Unternehmen. Eine Marke ist eben nicht nur für Kund*innen wichtig, sondern auch für Bewerber. Wenn ich einen Artikel lese und über etwas stolpere, das mir an der Marke gefällt, dann schaue ich dort automatisch nach Jobs.

Es gibt junge Menschen, die sagen, ich brauche keinen Studienabschluss, ich gründe ein Start-up-Unternehmen. Zertifikate sind nicht das Ein und Alles. Ich bin mein eigener Chef, ich entwickle und probiere aus. Aber Sie haben sich alle für ein Studium entschieden.

Pascal: Ich habe damals mit mir gekämpft, ob ich wirklich studieren soll. Ich wollte die Freiberuflichkeit auf jeden Fall. Aber man braucht immer einen Plan B. Mir hat sich der Satz meiner Mutter ins Hirn geprägt: „In Deutschland glaubt dir keiner, dass du was kannst, wenn du keinen Zettel hast, wo's draufsteht.“ Ich glaube, dass es in der Generation nach uns möglich sein kann, ohne einen „Zettel“ auszukommen. Wir sind diese Übergangsgeneration. Man sollte sich zwei Standbeine aufbauen und auf keinen Fall nur auf eins setzen.

Ohne den Studiengang wäre ich gar nicht da, wo ich heute bin, dann hätte ich einiges verpasst.

Man braucht diesen Background. Das ist sicherlich nicht alles, aber es bringt einen erstmal enorm weiter. Wenn man frisch von der Schule kommt, ist man noch nicht so weit. Mir hilft das Studium zum Reifen und dabei, erst einmal viele spannende Themenfelder zu entdecken.



Sie sind jung in einer Zeit, in der sich viel verändert, in der Arbeit und Leben sehr komplex und manchmal auch kompliziert sind. Engt das ein oder haben Sie ein Gefühl von Freiheit?

Pascal: Thorsten und ich studieren ja BWL. Für mich ist der Studiengang so eine Art Abitur 2.0, in dem man sich überallhin entwickeln kann. Früher hat man in BWL seinen Bachelor gemacht und darauf aufbauend einen Controlling, Personal oder einen anderen klassischen BWL-Master gewählt. Es gibt ein großes Studienangebot. Eine Auswahl zu haben, ist etwas Tolles, aber es beunruhigt auch ein bisschen, weil nicht mehr dieser klare Weg – Abitur, Bachelor, Master und schließlich eine Festanstellung – im Kopf ist. Aber ich finde es gut, wenn man gefordert wird und jeden Tag etwas Neues lernt. Wenn ich jetzt wählen könnte zwischen einem klaren, vordefinierten Weg, wie ihn der Großteil unserer Eltern gegangen war oder einem sehr umfassenden, aber undurchsichtigeren Weg, wie wir ihn haben, dann nehme ich auf alle Fälle den neuen Weg.

Constantin: Freiheit verunsichert natürlich, aber Freiheit ist auch etwas Wunderschönes. Wir haben

ein Riesenprivileg in unserer Generation. Wir sind in Deutschland, in einem der sichersten Länder überhaupt und deswegen ist es oft Jammern auf ganz hohem Niveau, wenn wir sagen, Mensch, was haben wir es denn schwer, wir können uns nie entscheiden, wir wissen gar nicht, wo wir uns hin entwickeln wollen. Aber genau das birgt ja auch eine Riesenchance. Das ist ja auch das Schöne, dass es heute für jeden möglich ist, seine Talente zu entfalten.

Für jeden gibt es heutzutage einen Platz, das finde ich großartig.

Thorsten: Wir leben in einer Zeit, in der die große Freiheit eben vorhanden ist – aber in Extremen. Wir haben die „Helikoptereltern“, die die ganze Zeit über dem Kind schweben und alles vorgeplant haben, weil das Kind der nächste Bill Gates werden muss. Bis man an einen Punkt kommt, an dem der Helikopter abgestürzt ist. Dann kommen die Fragen auf: Was soll ich anfangen mit meinem Leben? Was kann ich tun? Es gibt sehr viele Menschen, die genau damit nicht klarkommen, die sich einfach sagen, gut, dann lebe ich mal in den Tag

hinein, wird schon irgendwie werden. Sich darüber Gedanken zu machen, wie und was es werden soll, da muss jeder für sich durch und das muss auch jeder für sich selbst herausfinden.

Wollen Sie noch etwas in der Welt verändern?

Thorsten: Ich habe für ein Jahr in der Psychiatrie gearbeitet und dort mitbekommen, was es heißt, wenn Menschen keine Hilfe bekommen. Daher habe ich mir persönlich ein ganz klares Ziel gesetzt. Mein großes Ziel ist es, eine Stiftung zu gründen und Menschen zu helfen, wieder richtig ins Leben zu kommen.

Wenn wir alle nur für uns selbst denken, dann kommt keiner weiter.

Niklas: Ich finde, dass wir in der Verantwortung sind, uns gesellschaftlich zu engagieren. Ich weiß, dass einige von uns auch politisch aktiv sind. Wir müssen den Leuten, die nicht wissen, wie wichtig das ist, helfen, zu verstehen, warum genau das so wichtig ist. Ich spreche immer wieder mit Leuten, die mir supersympathisch sind und die

dann plötzlich sagen, ich gehe nicht wählen. Dann frage ich mich, was ist denn los? Aber sie haben es nicht anders gelernt, sie haben noch nicht gemerkt, was passieren kann, wenn man nicht zur Wahl geht. Deshalb haben wir von ConTogether auch geplant, Pro-bono-Projekte zu übernehmen – sozial und umweltorientiert.

Haben Sie eigentlich noch Freizeit?

Pascal: Das muss sich ja nicht ausschließen. Wenn man sich abends für ConTogether trifft und man hat das Gefühl, zu einer intensiven und anstrengenden Arbeit zu gehen und möglichst schnell wieder rauszuwollen, ist man bei ConTogether natürlich fehl am Platz. Es kann immer mal ein paar Tage geben, an denen man über so etwas nachdenkt, aber ich finde, dass es sich gut vereinbaren lässt.

*Wenn der Job nachher so ist,
dass man hinget und sagt, ich sehe die Arbeit
mehr als Freizeit, als
Verwirklichung neben meinem
Privatleben an, dann ist das die
optimale Mischung.*

Es gibt viele, die so denken wie wir. Aber es wäre gefährlich, davon auszugehen, dass jeder diese Einstellung hat, nur weil er jung ist. Ich kenne selbst genug junge Leute aus meinem privaten Umfeld, die mit einer komplett freien Arbeit unzufrieden wären und lieber weiterhin klare Anweisungen haben möchten.

Constantin: Ich will von dem Image wegkommen, dass wir eine Gruppe von Sonderlingen wären und totale Consulting- und Business-Menschen sind. Wir haben einfach Spaß dabei. Es ist viel zu lange diese Botschaft im Kopf gewesen: Arbeit darf keinen Spaß machen, die muss produktiv und schnell sein. Wenn man das einmal verstanden hat, dann wird es auch gar nicht mehr so „komisch“ wirken, dass man sich

abends unter der Woche um 18 Uhr trifft und zusammenarbeitet. Dann gehe ich mit dem Thema vielleicht nach Hause und erzähle es der Freundin oder dem Freund und bin stolz darauf, was ich gemacht habe. Dann ist es nicht dieses, ich werfe die Tasche weg, ziehe den Anzug aus, Gott sei Dank ist es vorbei.

*Arbeit kann wirklich
Spaß machen.*

Was wünschen Sie sich für die Zukunft? Was ist Ihnen wichtig?

Max: Wenn ich das wüsste. Das ist wirklich schwer, zu sagen. In meiner Brust schlagen gewissermaßen zwei Herzen. Ich habe das Glück, dass ich das studiere, wo ich auch – wenn ich über den Tellerrand hinausschaue – immer Aspekte finde, die mich interessieren, die ich sogar in mein kreatives Hobby einbinden kann. Dann habe ich noch das Glück, dass ich diese Mischung aus Dingen, die mich interessieren, sehr gut bei ConTogether einbringen kann. Wie meine Zukunft in einem Angestelltenverhältnis aussähe, kann ich absolut nicht sagen.

Constantin: In der Zukunft möchte ich mit sehr vielen Menschen zu tun haben und das jeden Tag. Eine Tätigkeit, die Spaß macht. Ich möchte mich nicht in eine Komfortzone begeben, denn das nicht zu tun, treibt einen immer weiter an. Ich möchte möglichst frei sein, flexibel bleiben und mich an möglichst wenig binden. Mit dreißig werde ich sicher andere Dinge sagen oder mit vierzig. Aber im Moment sieht es so aus.

Robin: Ich interessiere mich persönlich auch für verschiedene Kulturen und dementsprechend auch für die Sprache, denn wenn man die Sprache lernt, dann versteht man auch die Kultur ganz anders. Ich möchte später gern international unterwegs sein. Und dann auch in den einzelnen Ländern, die einzelnen Sprachen sprechen und so mit den Menschen kommunizieren.



ConTogether ist eine studentische Unternehmensberatung. Das Team besteht zum großen Teil aus Studierenden der Rheinischen Fachhochschule Köln. Die Mehrzahl studiert im Fachbereich Wirtschaft & Recht Wirtschaftspsychologie und Betriebswirtschaftslehre. Ein Ingenieur ist auch dabei. Das Team brennt darauf, neben seinen fachlichen und individuellen Fähigkeiten vor allem eines zu vermitteln: Trend-Input! ConTogether liefert nach eigener Aussage die richtige Portion jugendlich-studentische Innovationsfreude.

www.con-together.de

Max(imilian) Beindorf

5. Semester Bachelor
Wirtschaftspsychologie
(23 Jahre)

Thorsten Brückner

6. Semester Bachelor Business
Administration – Schwerpunkt:
Innovationsentwicklung (24 Jahre)

Constantin Dubyk

6. Semester Bachelor
Medien- und Wirtschaftspsychologie
(22 Jahre)

Niklas Gerigk

5. Semester Bachelor
Wirtschaftspsychologie (23 Jahre)

Robin Gesell

1. Semester Master Technical
Management (25 Jahre)

Pascal Jakoby

6. Semester Bachelor Business
Administration – Schwerpunkt:
Innovationsentwicklung (23 Jahre)

Morice Peltner

5. Semester Bachelor
Wirtschaftspsychologie (23 Jahre)

Florian Schönberger

5. Semester Bachelor
Wirtschaftspsychologie (23 Jahre)



Erster Platz beim JcNetwork Days 2018

Wie bringt man Studierende und langjährige Fachkräfte aus der Baubranche dazu, unentgeltlich Informationen über die Bodeninfrastruktur in ein Kartensystem einzuspeisen? ConTogether hat das Konzept des Auftraggebers auf Herz und Nieren geprüft und für eine umfangreiche und nachhaltige Zielgruppe fit gemacht. Das Ergebnis überzeugte neben dem Kunden auch die Jurymitglieder des Wettbewerbs „Projekt-des-Jahres“ der Unternehmensberatung PwC. In Leipzig freute sich das Team von ConTogether über den ersten Platz.

Arbeit und Lernen als Spiel?

Gamification im Hochschulkontext

Text: Büsra Demirel, Lucas Hiesel, Constantin Miliu
Fotos: Philippe Moosmann

Millionen Menschen verbringen Tage, Nächte oder Monate vor dem Rechner und spielen. Diese Motivation kann man auch für den Wirtschaftsalltag nutzen oder im Bildungsbe- reich. Dafür gibt es den Begriff „Gamification“ (engl. „game“: „Spiel“). Bisher hat es nur wenige wissenschaftli- che Versuche gegeben, Gamification zu definieren. Grund- sätzlich bezeichnet Gamification die Nutzung von Spielme- chanismen in „Nicht-Spiel-Kontexten“, wie zum Beispiel in Hochschulen. Im Gegensatz zu aufwändigen Spielen, die viel Design und Entwicklungsbemühungen erfordern, soll Gamification zur Verbesserung des Engagements und der Motivation der Lernenden dienen. Auch wenn die motivato- rische Wirkung von Gamification bereits nachgewiesen wer- den konnte, ist nur wenig über die Schattenseiten bekannt. **Konkret besteht eine Forschungslücke hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen von Gamification.** Drei Studierende des Studiengangs Business Administra- tion haben sich mit diesem Thema im Hochschulkontext beschäftigt und sich die Forschungsfrage gestellt: Inwie- fern beeinflusst der Einsatz von Gamification in der Hoch- schullehre die beiden psychologischen Faktoren (1) Motiva- tion und (2) Stress und infolgedessen das Leistungs- und das Sabotageverhalten der Studierenden?

Die Ausgangslage

Ein zentrales Problem für Studierende ist die Motivation, zu lernen. Da der Erfolg im Studium aber stark vom Ler- nen abhängt, ist die Motivation somit eine

Grundvoraussetzung für einen guten Abschluss. Wenn jedoch der Anreiz zum Lernen fehlt, wird auch der Erfolg in negativer Weise beeinflusst. Dieses Dilemma wird noch dadurch verstärkt, dass die Gesamtanzahl der Stu- dierenden an deutschen Hochschulen stetig steigt und dadurch die betroffenen Institutionen, aus Ermangelung von Zeit und administrativen Ressourcen, immer weni- ger auf individuelle Bedürfnisse reagieren können. Ein gamifiziertes Bewertungssystem könnte hingegen die Lernmotivation und einhergehend den Erfolg im Studium steigern. Studierende könnten durch Gamifizierung, also durch eine Individualisierung ihres Lernablaufes, Fehler als Möglichkeit zur Verbesserung begreifen und somit die individuelle Resilienz verstärken. Das kann auch nach dem Studium zu positiven Effekten führen.

»Diese Arbeit leistet einen bedeutenden Erkenntnisbeitrag zur Forschung, da sie sowohl positive als auch negative Auswirkungen von Gamification in der Hochschullehre quantitativ- empirisch nachweist«,

ist der betreuende Dozent,
Prof. Matthias Groß, überzeugt.

Aktueller Forschungsstand

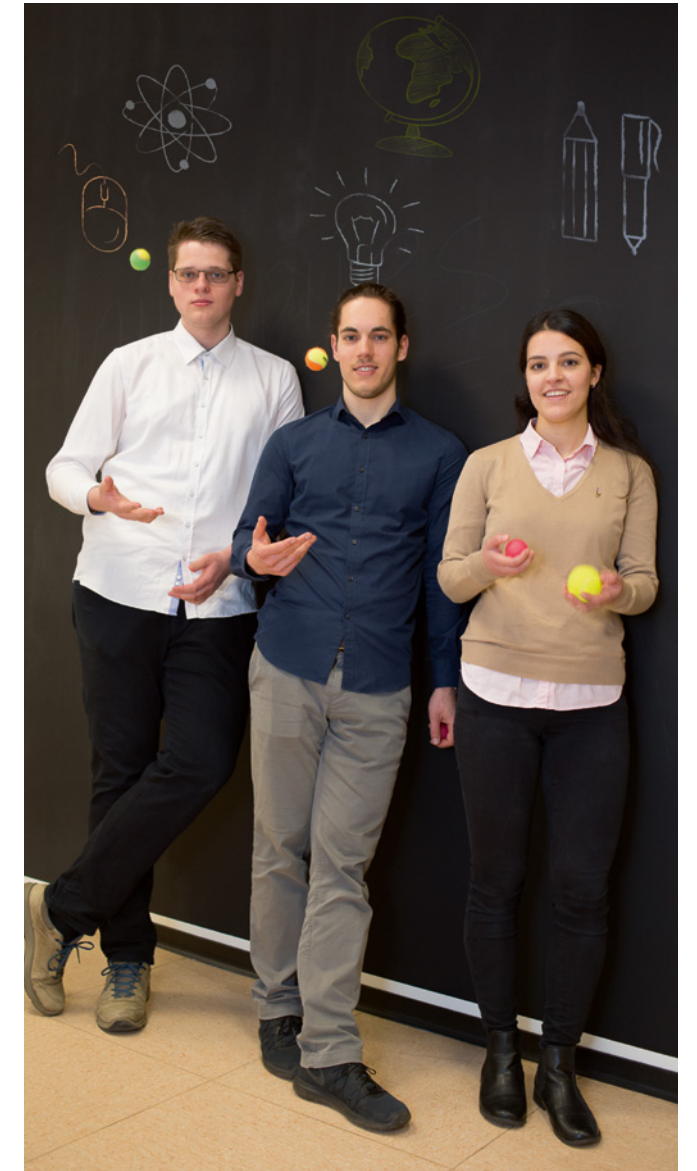
Die Literatur zum Themengebiet Gamification ist sehr umfassend. Besonders im Fokus der Forschung stehen die Bereiche Wirtschaft und Bildung. Die betriebswirt- schaftliche Forschung bezieht sich vor allem auf Ein- flussfaktoren und Erfolgsauswirkungen bei der Imple- mentierung von gamifizierten Systemen in einer Organisation. Im Mittelpunkt steht hierbei das Unter- nehmen. Das Forschungsfeld der Gamifizierung in Bil- dungseinrichtungen fokussiert sich hingegen verstärkt auf den Einfluss auf die Studierendenmotivation. Trotz des hohen Forschungsinteresses an dem Thema Gami- fication ist relativ wenig über mögliche negative Auswir- kungen bekannt. Diese Forschungslücke war die Triebfe- der unserer Arbeit, die den Einfluss von Gamification auf „Motivation“ und „Stress“ und in weiterer Folge auf das Leistungs- und Sabotageverhalten untersucht.

Ergebnis

Die durchgeführte Regressionsanalyse zeigt, dass Gami- fication zu einer erhöhten Lernmotivation führt, was wiederum den Erfolg im Studium positiv beeinflusst. Jedoch konnte ebenfalls gezeigt werden, dass Gami- fication auch zu einem erhöhten Stresslevel führen kann. Den Einfluss von Stress auf Sabotage konnten wir nicht nachweisen. Insgesamt gesehen, stellen diese Ergeb- nisse eindeutig dar, dass Gamification ein „zweischnei- diges Schwert“ sein kann, besonders wenn die negati- ven Auswirkungen wenig beachtet werden und der Fokus nur auf der Motivationssteigerung liegt.

Forschungsausblick

Mit unserer Arbeit haben wir einen wichtigen Schritt zum besseren Verständnis der Auswirkungen von Gami- fication in der Hochschullehre gemacht. Gamification wird auch in der Zukunft ein spannendes Forschungsge- biet bleiben, in dem es viel zu entdecken gibt. Besonde- rer Forschungsbedarf besteht weiterhin in Bezug auf förderliche Rahmenbedingungen von Gamification. Kon- kret sehen wir ein hohes Potenzial im Austausch zwi- schen Wissenschaft und Unternehmenspraxis, denn Motivation spielt sowohl in der Hochschullehre als auch im Unternehmenskontext eine entscheidende Rolle.



Büsra Demirel

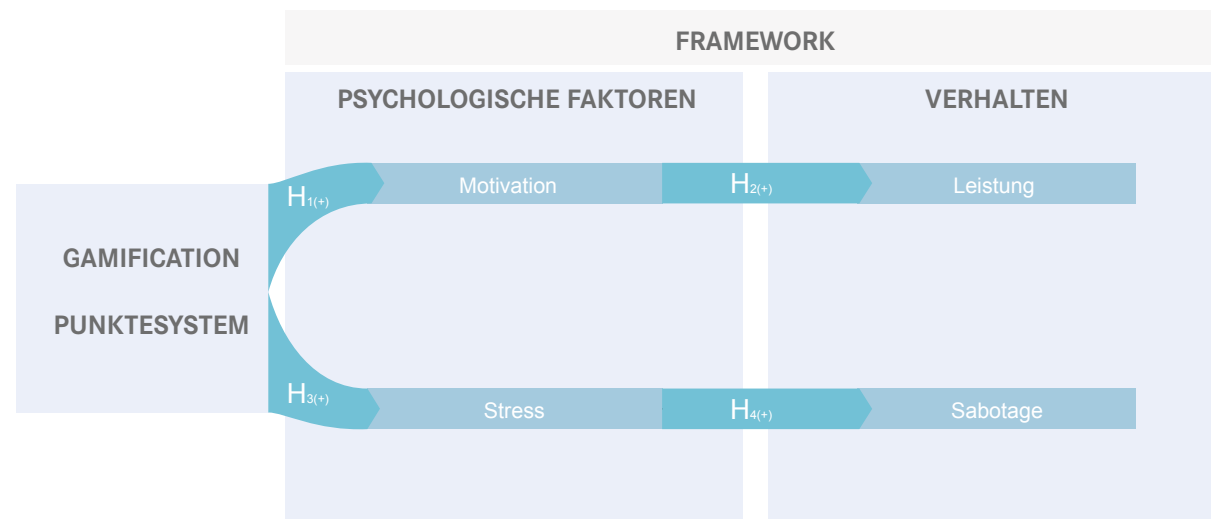
25 Jahre, 5. Fachsemester Business Administration

Lucas Hiesel

22 Jahre, 5. Fachsemester Business Administration

Constantin Miliu

21 Jahre, 5. Fachsemester Business Administration



Empirische Untersuchung

Bei der empirischen Untersuchung mithilfe einer Online-Umfrage wurden 94 Studierende verschiedener Hochschulen befragt. Ziel war die Beantwortung folgender Hypothesen:

1. Je gamifizierter die Hochschullehre ist, desto höher ist die Motivation der Studierenden.
2. Je höher die Motivation der Studierenden ist, desto höher ist deren Leistung.
3. Je gamifizierter die Hochschullehre ist, desto höher ist das Stresslevel der Studierenden.
4. Je höher das Stresslevel der Studierenden ist, desto höher ist deren Bereitschaft zur Sabotage.

Implikationen für die Hochschullehre

Die Einbindung von Gamification in die Hochschullehre ist grundsätzlich als ein sinnvoller Schritt im Hinblick auf die Motivationssteigerung von Studierenden zu sehen. Jedoch muss auch darauf geachtet werden, dass die Studierenden sich dadurch nicht einem sehr hohen Stressniveau ausgesetzt sehen und infolgedessen destruktive Verhaltensweisen in Bezug auf Kommilitonen an den Tag legen. An dieser Stelle ist das Finger-spitzengefühl der Lehrenden gefragt. Damit Dozent*innen Gamification pädagogisch sinnvoll einsetzen können, wären Schulungen zu diesem Themenkomplex sinnvoll. Zudem könnten gezielte Studierendenbefragungen Aufschluss über das empfundene Stresslevel geben.



Prof. Dr. Michael Bergmann,
Studiengangsleiter
Business Administration (B.A.),
berufsbegleitend

»Das Besondere an einem BWL-Studium an der RFH ist die überschaubare Gruppen-größe und der unmittelbare Kontakt zwischen allen Beteiligten. Auf diese Weise entsteht ein Klassenverband, in dem die Studierenden, gemeinsam mit Professor*innen beziehungsweise Dozentinnen und Dozenten, interaktiv arbeiten können. Es kann eine Arbeitsatmosphäre entstehen, die durch die Persönlichkeit eines jeden Einzelnen geprägt ist und in der sich jeder mit seinen Fragen und Erfahrungen einbringen kann, um das vermittelte Wissen zu reflektieren und weiterzuentwickeln.«



Bachelorstudium Business Administration an der RFH Köln:

Der Studiengang vermittelt kompakt das notwendige Wissen und die Methoden zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen. Fachlich stehen in unserem Studiengang die Themen: Rechnungswesen, Finanzierung, Unternehmensführung, Controlling, Marketing und Personalwesen im Vordergrund. Darüber hinaus werden aber auch Qualifikationen aus wichtigen angrenzenden Gebieten, wie etwa der Wirtschaftsinformatik, des Wirtschaftsrechts und der Wirtschaftsethik vermittelt. Mit der Vielzahl der angebotenen und miteinander verbundenen Inhalte wird das Bachelorstudium Business Administration an der RFH den Ansprüchen der Unternehmenspraxis nach einer ganzheitlichen, problemlösungsorientierten, wissenschaftlichen Ausbildung in besonderer Weise gerecht.

Regelstudienzeit:

Vollzeit sechs, berufsbegleitend sieben Semester

Studienberatung:

Annekatrin Ilk
Tel.: +49 (0) 221 20302-623
annekatrin.ilik@rfh-koeln.de
www.rfh-koeln.de/ba_bwl

»Uns hat das Thema interessiert, weil wir selber studieren. Besonders interessant war es daher, zu recherchieren, welche Effekte Gamification auf die Studierendenmotivation haben kann.«

»Was ist gut für unsere Kinder?«

Medienkompetenz wird immer dringender

Text und Interview: Beate Czikowsky
Fotos: Philippe Moosmann

Die viel beachtete BLIKK-Medienstudie von RFH-Professor Dr. Rainer Riedel ist seit März 2018 in der Langfassung durch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Marlene Mortler, veröffentlicht worden. Die Ergebnisse der bisher einzigartigen Studie haben im Hinblick auf die vermehrte Nutzung elektronischer Medien in einen möglichen Zusammenhang mit gesundheitlichen Auswirkungen in den Fokus gerückt. Seitdem hat der Arzt für Nervenheilkunde und Leiter des Instituts für Medizinökonomie an der RFH kaum eine ruhige Minute. Interview- und Vortragsanfragen reißen sich aneinander. In der deutschlandweiten Querschnittsstudie mit Kindern und Jugendlichen wurden bei erhöhter Nutzung von elektronischen Medien etwa vermehrt Sprachentwicklungs- und Konzentrationsauffälligkeiten festgestellt. Keine Sorge, Sie müssen Ihrem Kind das Handy nicht verbieten. „Elektronische Medien sind fester Bestandteil unseres Lebens“, wird Prof. Riedel nicht müde, zu betonen. „Aber wir müssen Medienkompetenz fördern. Das Bedürfnis ist deutlich zu spüren. Auch immer mehr Städte und Kommunen initiieren Projekte.“ Im Interview gibt Prof. Riedel Einblicke und Anregungen.

Prof. Riedel, wie kommt es zu den Einschlaf- und Fütterungsstörungen bei Babys, die Sie gefunden haben?

Es könnte damit zusammenhängen, dass die Mutter beispielsweise dem Kind beim Stillen nicht ihre volle Aufmerksamkeit widmet, sondern mit ihrem Handy

beschäftigt ist. Wir halten diese Erklärung für vorstellbar, messen können wir das noch nicht. Dazu bräuchte es eine Langzeitstudie.

Was konnten Sie zu Sprachentwicklungsstörungen im Rahmen der Kleinkindentwicklung feststellen?

Werden elektronische Medien wesentlich länger als dreißig Minuten täglich genutzt, wird eine Sprachentwicklungsstörung als Phänomenologie bei Kindern im Alter von drei bis vier Jahren beobachtet.

Wie hängt die Nutzung elektronischer Medien mit motorischer Hyperaktivität und Konzentrationsauffälligkeiten zusammen?

Wir sehen, dass Kinder, die täglich mehr als dreißig Minuten elektronische Medien nutzen, häufig motorisch hyperaktiv sind und tendenziell häufiger Konzentrationsauffälligkeiten haben als Kinder, die Medien weniger als dreißig Minuten nutzen. Wir haben die Kinder aber nicht über einen längeren Zeitraum untersucht, das heißt, wir können nicht sagen, dass die Auffälligkeiten auftreten, weil sie elektronische Medien nutzen oder Kinder diese Medien häufiger nutzen, weil sie hyperaktiv sind. Dazu müssten wir eine neue Studie aufsetzen, was ratsam wäre.

Welche Risiken birgt denn die übermäßige Nutzung von Smartphones durch die Eltern?

Ein Smartphone zu nutzen, bedeutet nicht, ein schlechtes Vorbild zu sein. Eltern sollten sich aber bewusst sein, dass die ersten drei Lebensjahre wesentlich für die Entwicklung des Kindes sind. In dieser Zeit vernetzen sich die Nervenzellen und es entwickeln sich die neuronalen Netze im Gehirn, die die Basis für unsere seelischen, haptischen, motorischen und geistigen Fähigkeiten bilden. Das sind die Grundlagen für die intellektuelle Entwicklung des Kindes. In dieser Zeit greifen Kinder zum Beispiel gern in den Matsch, sie buddeln und kraxeln und entwickeln so auch ihre elementaren motorischen Fähigkeiten. Kinder müssen ihre geistigen, motorischen und seelischen Tools analog entwickeln, um dann schrittweise altersadäquat an die Nutzung der elektronischen Medien herangeführt zu werden.



Innerhalb dieses als Querschnittsstudie angelegten Projektes BLIKK (Bewältigung, Lernverhalten, Intelligenz, Kompetenz, Kommunikation) wurden im Zeitraum von Juni 2016 bis Januar 2017 Daten von Kindern und Jugendlichen im Rahmen der Früherkennungsuntersuchungen (U3-J1) in 79 Kinder- und Jugendarztpraxen deutschlandweit erhoben. Parallel zu den Früherkennungsuntersuchungen hat das Projektteam Daten zum Medienverhalten, zum psychosozialen Verhaltensmuster der Kinder und Jugendlichen als auch zum Lebensumfeld erfasst. Die Befragung richtete sich an Eltern der in diese Studie einbezogenen Kinder (U3-U11). Bei der Früherkennungsuntersuchung der Jugendlichen (J1) wurden diese selbst befragt. Insgesamt wurden 5.636 Proband*innen deutschlandweit in die BLIKK-Studie einbezogen. Es zeigten sich bei einer Nutzungsdauer elektronischer Medien von mehr als 30 Minuten täglich vermehrt Sprachentwicklungs-, Konzentrationsstörungen sowie eine motorische Hyperaktivität unter anderem bei Kindern im Alter von drei bis fünf Jahren.

Link zur Studie: „BLIKK-Medien: Kinder und Jugendliche im Umgang mit elektronischen Medien“
www.bit.ly/blikk-bericht

Was empfehlen Sie Eltern?

Wir sind nicht gegen elektronische Medien, nicht gegen soziale Medien und nicht gegen die Digitalisierung, die heute zum Alltag gehören. Aber Eltern haben eine Vorbildfunktion und sollten ihr eigenes Mediennutzungsverhalten reflektieren. Was lebe ich meinem Kind vor?

Kinder sollten schrittweise an die Nutzung elektronischer Medien unter Berücksichtigung der Empfehlungen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) herangeführt werden. So gehören ein Smartphone oder Tablet nicht in Kleinkinderhände. Die Richtwerte liegen gemäß BZgA für die Nutzung von Bildschirmmedien inklusive Hörmedien für die Drei- bis Sechsjährigen bei 30 Minuten, für die Sechs- bis Neunjährigen bei einer Dreiviertelstunde und für die bis Zwölfjährigen bei 60 Minuten Nutzung täglich. Wir müssen uns dabei bewusst sein, dass es sich hier um Gesamtnutzungszeiten elektronischer Bild- und

Hörmedien wie Fernsehen, PC oder Spielekonsole handelt. So wäre es wünschenswert, wenn die Kleinen beim Kennenlernen elektronischer Medien damit nicht alleingelassen werden.

Welche Alternativen gibt es zu den elektronischen Medien?

Ganz simpel: Malstifte und Papier. Es ist ein Unterschied, ob ich am Tablet etwas male oder mit dem Stift auf Papier. Wenn ich mich vermalt habe, wische ich es auf dem Tablet einfach weg. Habe ich mich mit dem Stift vermalt, muss ich mein Bild vielleicht sogar komplett von vorn beginnen. Das hat etwas mit dem Lernen von Konzentration, Fehlererkennung und Frustrationstoleranz zu tun. Das gilt ebenfalls später für das Schreiben mit der Hand. Ich muss lernen, meine Rechtschreibfehler zu korrigieren und dies ist für das Sprachverständnis einfach wichtig. Auf dem Tablet beseitigt die Autokorrektur meine Fehler. Kinder, die mit der Hand

schreiben, haben somit einen doppelten Lerneffekt. „Analog“ ist ebenso wichtig für die Sprachentwicklung der Kleinen. Wir wollen das Handy gar nicht verbannen. Wir müssen uns aber fragen: Was ist gut für unsere Kinder? Kinder sollten zunächst analoge Fähigkeiten erlernen, um so die heute als relevant angesehenen Basis-Kompetenzfelder, das heißt die geistigen, motorischen und seelischen Tools, zu entwickeln.

Ab wann sollten Kinder das erste eigene Handy bekommen?

Wenn die Eltern sichergehen wollen, dass ihr Kind zum Beispiel gut in der Schule ankommt, empfiehlt sich ein Handy ab dem fünften Schuljahr, dies kann jedoch in Einzelfällen auch früher sein. Ab der siebten Klasse ist dann ein Smartphone schon fast nicht mehr wegzudenken. Anderenfalls wären die Kinder von der Kommunikation mit ihren Mitschüler*innen nahezu abgeschnitten. Ihre Social-Media-Aktivitäten sollten die Eltern dennoch fest im Blick haben.

Sie sind aktuell ein viel gefragter Interviewpartner und Referent. Welche Rückmeldungen bekommen Sie?

Schon als wir die ersten Studienergebnisse veröffentlicht haben, war durch die Vielzahl der Anfragen aus unterschiedlichen Bereichen, angefangen von Journalisten, über medienpädagogische Institute bis hin zu Privatpersonen sehr schnell klar, dass es ein großes Interesse an diesem Thema gibt. Nicht nur nach beweisbaren Zahlen und Fakten sondern auch nach Orientierung. Das spüre ich auch bei meinen Reisen und Vorträgen. Immer mehr Städte und Kommunen machen es sich zur Aufgabe, Medienkompetenz gemeinschaftlich zu fördern. Die Stadt Remscheid hat zum Beispiel eine Plakataktion gestartet, um Eltern auf ihre eigene Smartphone-Nutzung sowie die ihrer kleinen Kinder aufmerksam zu machen.



Die RFH versteht sich als Bildungspartner – auch in der Digitalisierung. Vor dem Hintergrund gibt es Studienangebote und Projekte wie die Medienkompetenz-AG „Schlau durchs Netz“ – entwickelt von Mediendesignstudierenden der RFH. Unter der Leitung von Prof. Dr. Stefan Ludwigs hat die Projektgruppe 2012 ein interaktives und multimediales Lernpaket entwickelt, das Schülerinnen und Schülern der Stufe sechs altersgerecht und praxisnah Möglichkeiten wie auch Risiken des Internets bewusst macht. In der sechsten Klasse werden kritische Weichen für das Mediennutzungsverhalten und das Informationsverhalten gestellt. Methodisch-didaktisch setzt die AG mit sechs Unterrichtsstunden auf praxisnahe Fallbeispiele aus dem Alltag von Kindern. Mit speziell für den Unterricht produzierten Clips und Übungsblättern werden die Schüler*innen dazu motiviert, Probleme selbst zu erkennen, zu reflektieren und zu lösen. Das Projekt wurde bereits an zehn Schulen erfolgreich durchgeführt. Interessierte Schulen wenden sich an: ludwigs@rfh-koeln.de.

Die Inhalte der AG werden permanent aktualisiert; zum Zeitpunkt des Entstehens waren weder Instagram noch Snapchat relevant. Aber auch wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Forschungspraxis der RFH haben Einfluss auf die Gestaltung der AG. So leitet Prof. Ludwigs aktuell ein Forschungsprojekt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, in dem es um Lernen mit digitalen Medien in der beruflichen Ausbildung geht www.glars.eu.



Prof. Dr. Stefan Ludwigs,
Studiengangsleiter Mediendesign und
Projektleiter GLARS

»Meine Kinder kamen wiederholt aus der Schule nach Hause und sollten ein Referat mithilfe des Internets vorbereiten. Es gab hierzu weder Quellenhinweise noch Anleitungen zum richtigen Recherchieren. Dazu kamen dann noch ungezügelter Spielverhalten und mangelnde Sicherheitseinstellungen zur Privatsphäre auf Facebook dazu. Da wurde mir klar, dass man hierzu etwas anbieten muss.«
www.schlau-durchs-netz.de



Reverse Mentoring

Von Jüngeren lernen?

Text: Prof. Dr. Werner Bruns

Fotos: Christian Wyrwa (TUI), Philippe Moosmann

*Klassisches Mentoring ist in vielen Unternehmen bereits fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Doch wie sieht es aus, wenn Schüler*innen Führungskräfte coachen? Nach Abschluss des Projektes „jung.digital.innovativ“ – dem Reverse-Mentoring-Programm des RFH-Europa-Institutes für Erfahrung und Management steht eines fest: Die Erfahrungen junger Menschen bergen für Unternehmen ungeahntes Potenzial.*

Nie zuvor konnten Erwachsene so viel von jungen Menschen lernen!

Wer heute einen Eindruck von der digitalen Zukunftswelt braucht, um das eigene Unternehmen in allen Bereichen für die Dimension „4.0“ fit zu machen, muss sich auch an den ganz jungen Menschen orientieren.

Viele Bachelor- oder Masterabsolvent*innen, die heute frisch ins Unternehmen kommen, verstehen schon oft die digitale Welt der Schüler*innen nicht mehr, weil sich die zugrunde liegende Technik und die Vielfalt der durch Algorithmen erzeugten Inhalte innerhalb von zwei bis fünf Jahren rasant verändern. Beinahe jede Jahrgangsstufe macht ihre eigenen Lernerfahrungen mit den innovativen, oft disruptiven Möglichkeiten der digitalen Welt, sozusagen in einer eigenen digitalen Blase. Dadurch

verändert sich nicht nur das Lern- und Konsumverhalten, die Jugendlichen entwickeln darüber hinaus eigene Regelsysteme und Wertvorstellungen für die digitale Welt. Damit treffen die Digital Natives kurze Zeit später auf eine noch in vielen Teilen analog gebliebene Arbeitswelt. Fraglos werden sie diese Welt im Laufe ihrer Karriere digitalisieren. Denn Leben, Arbeit und Industrie 4.0 sind für Digital Natives jetzt schon ein natürliches Ganzes, sie leben bereits die Transformation. Nicht nur, dass ältere Menschen viel von jungen lernen können – wenn Unternehmen diese Entwicklungen berücksichtigen und sich das Erfahrungswissen der jungen Menschen aneignen, können sie auch Konflikte zwischen den Generationen frühzeitig vermeiden.

Um den Unternehmen genau dieses Potenzial aufzuzeigen, initiierte METIS im September 2017 ein Pilotprojekt, bei dem Gymnasialschüler*innen Personalvorstände von RWE, Porsche, Rheinmetall, 3M, TUI, TÜV Süd, NRW.BANK und dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln in digitalen Fragen schulen. Das Reverse Mentoring als Transfermethode zwischen den Generationen kehrt die Rollen eines traditionellen Mentorings um. Ein Digital Native wird zum Mentor in Sachen digitale Zukunftswelt, der Mentee ist Vorstand eines Großunternehmens. Für den Erfolg des etwa zweistündigen Reverse Mentorings ist das Themenmatching zwischen Vorstand und Schüler*in und ein verantwortungsbewusstes Coaching der jeweiligen jungen Mentorin

elementar wichtig. So werden die Schülerinnen und Schüler vorher auf den Austausch und die entsprechenden Themen vorbereitet. METIS evaluierte jeden Mentoring-Termin, sodass eine kontinuierliche Verbesserung der Verfahren und Methoden möglich wurde.

Die Ergebnisse liegen dem Institut jetzt vor: Die Schüler*innen vermitteln den Führungskräften nicht nur Einblicke in den Umgang mit den sozialen Medien, sie sensibilisieren sie auch hinsichtlich der unternehmenskulturellen Herausforderungen, die sich aus den Transformationsprozessen der Digitalisierung ergeben. Beim Employer Branding, den Konzepten des Marketings, dem Image und der Markenbildung erhielten die Manager*innen von ihren Mentor*innen unerwartet konkrete Erkenntnisse, die sich unmittelbar auf die Unternehmensstrategie auswirken können.



Marek Andryszak (CEO TUI Deutschland) & Annabelle Runge

Reverse Mentoring ist keine verrückte Idee mehr. Es ist Zeit, aus Pilotprojekten wiederkehrende Programme zu machen – in jedem Unternehmen.

Die konkreten Endergebnisse des Pilotprojektes „jung.digital.innovativ“ werden vom Europa-Institut für Erfahrung und Management – METIS demnächst veröffentlicht. Geplant ist die Ausweitung des Vorhabens. METIS liegen viele Anfragen von Unternehmen vor.

Das Europa-Institut für Erfahrungswissen und Management – METIS ist eine gemeinsame europäische Forschungsinitiative der FH Burgenland und der Rheinischen Fachhochschule in Köln (RFH). Das internationale Institut führt Forschungsvorhaben zu aktuellen und strukturellen gesellschafts- und mittelstandsbezogenen Themen im Bereich „Erfahrungswissen“ durch und sorgt für einen Transfer zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft.

Kontakt: Prof. Dr. Werner Bruns,
werner.bruns@rfh-koeln.de



Yvonne Gebauer
Ministerin für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen im Kabinett von Armin Laschet.

»Ich würde mich freuen, wenn wir mehr von diesen Projekten hätten beziehungsweise wenn wir das auf die Fläche bringen könnten. Ich glaube, dass es sich klassisch um eine Win-win-Situation handelt. Schülerinnen und Schüler profitieren von den Eindrücken, die sie bekommen, etwa wie die Arbeitswelt funktioniert und die Unternehmen davon, was die Schülerinnen und Schüler heute alles an Wissen mitbringen.«

www.bit.ly/yt-metis

Schulministerin Yvonne Gebauer besuchte am 8. März 2018 das Dreikönigsgymnasium in Köln und überreichte Zertifikate an die Schülerinnen und Schüler, die am Projekt „jung.digital.innovativ“ der RFH teilgenommen haben.

.METIS
Europa-Institut für
Erfahrung und Management

Soziale Innovation zur Gesunderhaltung

Ein BMBF-Forschungsantrag

Text: Prof. Dr. Jarek Krajewski

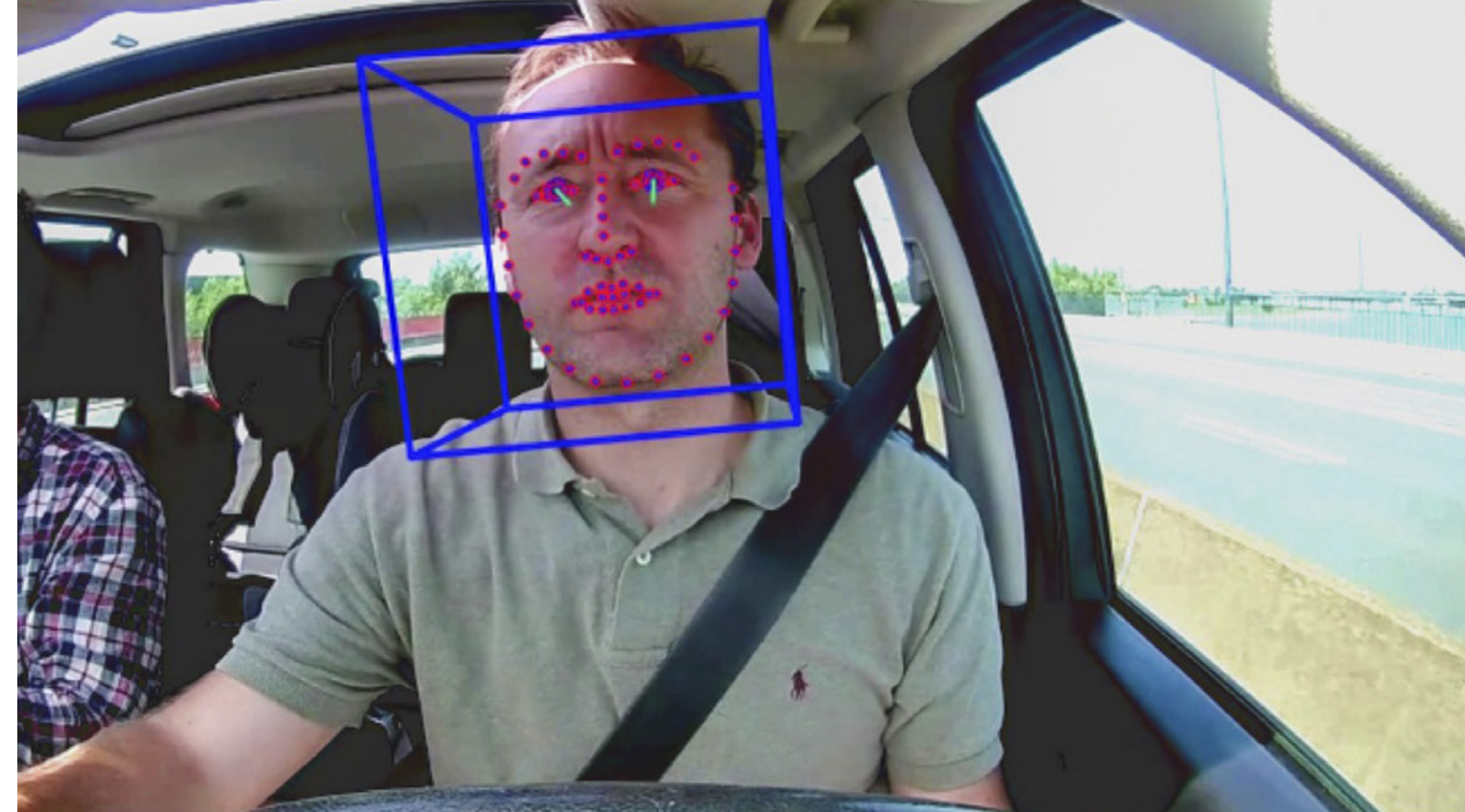
Fotos: Prof. Dr. Jarek Krajewski, Philippe Moosmann

Zielsetzung und gesellschaftliche Relevanz

Viele zehntausende minderjährige unbegleitete Ausländer (UMA: offizielle Terminologie des zuständigen Bundesministeriums) wandern derzeit aus unterschiedlichen Motivationslagen heraus nach Deutschland ein. Ein nicht zu unterschätzender Anteil von ihnen hat traumatische Erfahrungen gemacht oder existenzielle wirtschaftliche Lebensumstände erlebt. In Deutschland angekommen, brechen die Verletzungen nicht selten auf und gehen mit Risiken der psychischen Gesundheit einher. In diesem Sinne stellt diese Personengruppe eine Hochrisikogruppe für die Entwicklung psychosozialer Auffälligkeiten dar. Die daraus abgeleiteten Betreuungs- und Behandlungskosten von 3,95 Milliarden Euro pro Jahr (2017) stellen das psychosoziale Unterstützungssystem und auch das therapeutische Gesundheitssystem somit vor große Herausforderungen. Trotz der anfallenden Kosten von etwa 50.000 Euro pro UMA und Jahr existieren derzeit zu wenige effizient unterstützende technische Strukturen, die diesen besonderen Anforderungen gerecht werden.

Hier setzt das beim Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) beantragte Verbundforschungsprojekt „Traumata von minderjährigen Ausländern verstehen und unterstützen – Entwicklung eines niedrigschwelligen Screening- und Unterstützungsportals als Grundlage eines umfassenden psychosozialen Diagnostikmodells“ an. Die Teilnehmer*innen des Projektes planen eine auf Künstlicher Intelligenz (KI) gestützte mimik-, stimm- und vitaldatenbasierte Frühidentifikation von psychischen Verhaltensauffälligkeiten (Screeninginstrument).

Um eine angemessene psychosoziale Versorgung der UMAs sicherzustellen, müssen niedrigschwellige und effiziente (a) Screening-, (b) Diagnostik- und (c) Unterstützungskonzepte entwickelt werden. Das Projekt plant daher eine automatisierte videobasierte (Früh)identifizierung von psychischen Auffälligkeiten (Screeninginstrument). Mithilfe von Affective Computing und Deep-Learning-Verfahren der Künstlichen Intelligenz werden relevante Informationen aus Stimm-, Kopfbewegungs-, Vital- und Mimikdaten abgeleitet.



Beispielhafte videobasierte Analyse von Kopf- und Oberkörperbewegungen zur Identifikation depressionsbezogener Müdigkeits- und Ablenkungssymptome aus Gesichtsmarkern im Kopf-, Lid- und Augenbereich (z. B. verlangsamte Kopfdrotation, verzögerte Orientierungsreaktion, blasser Haut und dunkle Augenringe).

Dieser Schritt soll unter anderem – unter Einbeziehung des Bundesverbandes Ethik (BVE) – einen datenschutzrechtlich und ethisch geprüften, niedrigschwelligen Einstieg in Hilfsangebote sicherstellen.

Bei Auffälligkeiten werden die minderjährigen Migrant*innen über eine Onlineplattform in einem Videochat mit bereits gut integrierten ehemaligen UMAs („Peer-Unterstützern“) vernetzt (Unterstützungsportal). Über das Portal wird eine bedarfsgerechte Weiterleitung in das psychosoziale diagnostische Versorgungssystem initiiert (Diagnostikmodell). Der Vermittlungsprozess wird dadurch erheblich beschleunigt und über die reduzierte Abhängigkeit von Dolmetscher*innen auch objektiviert. Das Matching zwischen Vormund und Mündel wird in Bezug auf die psychosoziale Belastung der Jugendlichen und damit der Belastbarkeitsanforderung an den Vormund genauer justiert. Es könnten präventiv Unterstützungsmaßnahmen angeboten werden (Beratung, Psychotherapie).

Methode: Automatisiertes stimm-, mimik- und vitaldatenbasiertes Screeningmodul zur Identifikation von psychischen Auffälligkeiten bei UMAs

Das Screening-Modul ist in eine smartphonebasierte Lösung eingebettet und lässt sich in zwei Teilkomponenten gliedern: Die Screening-Komponente A soll über kultursensible und kind- beziehungsweise jugendgerechte Selbsteinschätzungsskalen Hinweise auf Verhaltensauffälligkeiten und psychische Störungen erfassen (wie z. B. Angststörungen, Depressionen, Somatisierungsstörungen, emotionale Instabilität, PTBS). Screening-Komponente B und C sollen über die automatisierte Videoanalyse von Verhaltens- und Vitaldaten (Herzrate, Atmung, Stimm-, Mimik- und Gestik-Reaktionen) in einem adressatengerechten medienbasierten Interaktionsszenario frühzeitig und objektiv verfälschungssichere Informationen zum Vorliegen von psychischen Auffälligkeiten liefern. Bei identifizierter psychischer Auffälligkeit erfolgt auf Wunsch des UMA seine bedarfsgerechte Weiterleitung an das Unterstützungsportal.

Zusammengefasst liegt der Mehrwert des Screening-Moduls somit in einer gerechteren Verteilung von knappen Betreuungsressourcen an die tatsächlich bedürftigen UMAs.

Stimmanalyse zur Identifikation von psychischen Auffälligkeiten

Phonetische Verfahrensansätze analysieren stimmliche Merkmale wie Stimmqualität, Behauchtheit, Nasalität, Zitterigkeit, Sprechrate, Pausenlängen, Rhythmizität, Artikulationspräzision, Intonationsverläufe, und Betonungsstrukturen wie Monotonie oder zitterige Stimme. Eine Reihe von paralinguistischen Detektionsaufgaben konnte bislang erfolgreich aus stimmlichen Daten extrahiert werden, wie Persönlichkeit, Müdigkeit, Depressivität.

Mehrwert des interdisziplinären Lösungsansatzes

Eine aktuelle Studie konnte zeigen, dass UMAs nach einem sorgfältigen Clearing wesentlich bessere Entwicklungschancen besitzen und sich in das Aufnahmeland integrieren als ohne ein adäquates Screening und eine umfassende Diagnostik. Diese Untersuchungen zeigen auch, wie schnell und effektiv gut begleitete minderjährige Migrant*innen in Ausbildungs- und

Erwerbsprozesse einsteigen und sich sprachlich und gesellschaftlich produktiv integrieren. Das empirisch basierte, transdisziplinäre Vorhaben soll als Best-Practice-Modell noch innerhalb des Förderzeitraums evaluiert werden, im Anschluss einsatzfertig vorliegen und nachhaltig verstetigt werden.

Zum Projekt

Projektantrag: „Traumata von minderjährigen Ausländern verstehen und unterstützen: Entwicklung eines niedrighwelligen Screening- und Unterstützungsportals als Grundlage eines umfassenden psychosozialen Diagnostikmodells“.

Projekträger: Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF); das Programm „Forschung an Fachhochschulen“ mit der Förderlinie „Lebensqualität durch soziale Innovationen (FH-Sozial)“.

Prof. Dr. Jarek Krajewski gehört zum Projektteam. Er lehrt an der RFH Wirtschaftspsychologie mit dem Schwerpunkt „Mensch-Technik-Interaktion“. In der Forschung konzentriert er sich insbesondere auf das Entwickeln und Anwenden von technologiebasierten Emotions-Messsystemen in den Anwendungsfeldern Automotive, Aviation, Telemedizin und Produktevaluation und ist hier gefragter Interviewpartner für diverse Medien.

Kontakt: Prof. Dr. Jarek Krajewski, krajewski@rfh-koeln.de



Videochat-Anwendung der Mimikanalyse-Software zur Detektion von psychischen Verhaltensauffälligkeiten und dysfunktionalen emotionalen Reaktionen.

Mela Chu ist Speaker, Innovationsberaterin und Hochschuldozentin für agile Innovationsmethoden mit dem Schwerpunkt auf Design Thinking, eine Methodik und zugleich ein Denkansatz. Design Thinking will möglichst viel kreatives Potenzial für Innovationsvorhaben freisetzen, um systematisch komplexe Probleme oder Aufgabenstellungen zu lösen. Das Ergebnis eines Design-Thinking-Prozesses ist in der Regel eine Innovation. An der RFH lehrt Mela Chu im Fachbereich Medien/Creative Management (Schwerpunkt Creative Leadership).



»Ich wünsche mir, dass mehr Menschlichkeit in die Digitalisierung kommt.«

(Mela Chu)

INTERVIEW

»Mehr Menschlichkeit in der Digitalisierung«

Die Methode Design Thinking rückt den Menschen in den Fokus

Text und Interview: Beate Czikowsky
Porträtfoto (Mela Chu): Lena Böhm, Fotos: Philippe Moosmann

Wenn Sie noch nie von Design Thinking gehört haben, dann ist es jetzt an der Zeit, etwas darüber zu erfahren. Wenn Sie sagen, „kenne ich schon“, dann empfehlen wir Ihnen trotzdem die Lektüre des Interviews mit der leidenschaftlichen Design Thinkerin Mela Chu, die an der RFH im Fachbereich Medien Creative Management lehrt. So viel vorweg: Design Thinking ist eine Methodik und zugleich ein Denkansatz, der für Lösungen von komplexen Problemen steht. Dabei ist sehr viel Kreativität im Spiel. Denken Sie an gelbe Klebezettel an weißen Wänden, Legosteine, Bastelmaterial. Sie werden es vielleicht nicht glauben, aber dabei entwickeln sich oft innovative Produkte, die nicht immer etwas mit Technologie zu tun haben. Sie rücken den Menschen in den Fokus. In einem Semesterprojekt haben sich Mela Chu und Studierende mithilfe von Design Thinking mit einem sehr komplexen Problem beschäftigt: Wie können wir den Anwohner*innen helfen, die Vermüllung auf einem sehr beliebten Platz in Köln zu reduzieren und dennoch die Attraktivität dieses Ortes bewahren? Darüber und über die Wirkung von Design Thinking sprechen wir mit Mela Chu.

Frau Chu, Sie sind Hochschuldozentin, Speaker und Innovationsberaterin. Innovation ist ein viel zitierter, allgegenwärtiger Begriff und wird meist als treibender Faktor für die Marktwirtschaft gesehen. Welche Bedeutung hat Innovation für Sie?

Innovation ist aus meiner Sicht nicht nur auf Technologie bezogen, dass man etwa die neueste Rakete entwickelt. Ich verstehe Innovation als Veränderung von etwas. Das kann eben auch etwas „Nicht-Haptisches“ sein. Die Vorstellung von Innovation in unserem Bereich ist eigentlich: Du kannst Produkte entwickeln oder verändern, die man anfassen kann. Du kannst Dienstleistungen und Services oder Geschäftsmodelle entwickeln und verändern. Der dritte Bereich, das sind Prozesse, wo es eben darum geht, wie Menschen zusammenarbeiten können. Wie kann das neue Arbeiten überhaupt funktionieren? Wie funktionieren die verschiedenen Generationen miteinander, also eher arbeitskultur- und unternehmenskulturrelevante Themen. Aber auch gesellschaftsrelevante Themen.

Also soziale Innovationen?

Ja. Wenn wir uns vorstellen, wie es vor noch nicht allzu langer Zeit war, als wir alle noch kein Handy hatten, da haben wir anders gelebt und anders sozial interagiert. Und das ist letztendlich auch eine soziale Innovation, wie wir mit Smartphones arbeiten, wie wir überhaupt

auf Technologien reagieren. Das ist immer ein Zusammenspiel.

Sie sind spezialisiert auf die Methode Design Thinking. Welche Rolle spielt das in der Innovationsentwicklung?

Design Thinking ist eine der agilen Innovationsmethoden, die im Moment sehr, sehr gefragt sind. Das hat den Ursprung darin, dass Design Thinking die Fähigkeit hat, in komplexen Situationen oder Fragestellungen etwas mehr Licht ins Dunkel zu bringen. Design Thinking ist eine Problemlösungsmethode, die eben hauptsächlich in komplexen Umfeldern eingesetzt wird. Gerade am Anfang, wenn es noch einen ganz großen Unsicherheitsfaktor gibt, wo es ein Datenchaos gibt, wo man einfach nicht weiß, wo fange ich überhaupt an. Wenn es ein Problem oder ein Bedürfnis gibt, das man nicht wirklich lösen kann, weil man nicht weiß, in welche Richtung es geht, dann nutzt man am Anfang einer Innovation Design Thinking.

Wie sieht das aus?

Design Thinking beginnt damit, dass man erstmal das Problem verstehen muss. Man möchte wirklich das Problem durchdringen. Albert Einstein hat zum Beispiel mal gesagt: „Wenn ich eine Stunde Zeit hätte, ein Problem zu lösen, würde ich 55 Minuten damit verbringen, das Problem erstmal zu verstehen (lacht). In den restlichen fünf Minuten löse ich das Problem.“

Also liegt die meiste Arbeit darin, das Problem zu erkennen?

Es geht wirklich darum, das Problem in seiner Komplexität zu verstehen, die Nutzerin und den Nutzer zu

verstehen, Empathie aufzubauen, zum Nutzer, zum Menschen. Wer hat überhaupt das Bedürfnis, wer hat das Problem und worin liegt das Problem? Mit Design Thinking kommt man besser zu Lösungsansätzen. Und auch diese sind erst mal nur Annahmen. Nachdem ich eine Idee kreiert habe, baue ich einen Prototypen, und dieser Prototyp ist eigentlich lediglich dafür da, meine Idee als visuelles Konzept darzustellen, das „anfassbar“ ist, das wiederum von anderen zu bewerten und zu testen ist.

Einen Prototypen zu bauen, klingt nach Produkt.

Nicht unbedingt. Ich kann auch etwas, das nicht zu sehen ist, sagen wir mal einen Prozess, in einem Rollenspiel, in einem Video sichtbar machen. Es geht darum, dass die Idee anderen zugänglich gemacht werden soll,



Design Thinking ist eine Methode und ein Denkansatz, der für die Lösung von komplexen Problemen und für die Veränderung oder Entwicklung von Situationen, Produkten, Services und Dienstleistungen sowie Prozessen steht. Sie wird häufig im Umfeld der Innovation angewendet. Design Thinking kann aber auch im Bereich der Bildung, der Persönlichkeitsentwicklung oder einem sozialen, gesellschaftsrelevanten Bereich eingesetzt werden, wo es um eine komplexe Fragestellung geht. Immer dann, wenn etwas entwickelt oder verändert werden soll.



um die Idee zu testen, zu validieren. Das geht wunderbar. Man fängt teilweise an mit Legosteinen, mit irgendwelchen Materialien, die man griffbereit hat, Bastelmaterialien, bis hin zu Dummys für Software oder man baut mal eine Testseite auf.

Kommt man durch diesen kreativen Prozess schneller zu einer Lösung?

Man kann nicht davon ausgehen, dass man in einer Design-Thinking-Runde, nach einem Prototypen, die perfekte Lösung hat. Design Thinking läuft immer in Iterationen ab. Damit habe ich auch mehrere Prototypen, das heißt mehrere Lösungskonzepte, die ich ausprobieren, die ich teste, und dann ist es wichtig, im Gleichgewicht mit dem Aspekt der Technologie und der Ökonomie zu sein. Das heißt, was ist überhaupt technisch und ökonomisch machbar, und ist das Bedürfnis überhaupt gewünscht? Im Gleichgewicht dieser drei Bereiche „Ökonomie“, „Technologie“ und „Mensch“ sollte dann auch die endgültige Lösung sein.

Sie sprechen den Menschen an. Ist Design Thinking eine relevante Methode für soziale Innovationen?

Der Hauptfokus bei Design Thinking liegt auf dem Menschen. Das heißt, es muss immer einen Nutzen für den Menschen haben. In der Vergangenheit und im tayloristischen System war es so, dass Kennzahlen, Daten und Fakten im Vordergrund standen, Erfolgszahlen waren wichtig. Design Thinking ist eine ausgewogene Einheit zwischen analytischem und intuitivem Denken und versucht, den Menschen als Ganzheit zu begreifen. Und dann ist es eben wichtig, dass man wirklich schaut, ob die Innovation, die Veränderung, an der man arbeitet, ob die einen Mehrwert für den Menschen hat. Angefangen bei einem Unternehmen, das eine neue Software entwickeln möchte, so ist die Frage immer: Bringt das dem Menschen einen Mehrwert? So kann man natürlich sagen, dass Design Thinking elementar wichtig ist für soziale Innovationen, weil der Mensch, das Gesellschaftsrelevante, wichtig ist.

Um den Menschen ging es auch in Ihrem Semesterprojekt „Brüsseler Platz“ mit den Studierenden.

An diesen beliebten Platz mit Kneipen und Restaurants kommen bei schönem Wetter pro Abend teilweise bis zu 2000 Menschen zusammen. Weil das so viele Menschen sind, werden die umliegenden Straßen abgesperrt von der Polizei und vom Ordnungsamt. Autos kommen nicht mehr durch und das führt zu Konflikten zwischen den Anwohnerinnen und Anwohnern, den Gewerbetreibenden und den Besucher*innen. Das ist ein extrem schöner Platz, der vielen Menschen gefällt, aber alle haben unterschiedliche Bedürfnisse, wie sie diesen urbanen Ort nutzen möchten und das war ganz spannend, mit den Studierenden überhaupt in dieses Thema einzutreten. Das hat auch national für Aufsehen gesorgt und ging durch die Medien. Dieses Phänomen, sich urbane Plätze zu eigen zu machen, gibt es mittlerweile in ganz Europa. Wenn es so viele Menschen sind, dann ist es aber auch einfach unglaublich laut und lästig für die Anwohner*innen. Das hat also Vor- und Nachteile.

Wie sind Sie die Problematik angegangen?

Wir haben erst geschaut, wo eigentlich das Hauptproblem liegt, wer daran beteiligt ist und dabei festgestellt, dass unglaublich viele Menschen involviert sind, die ganz unterschiedliche Interessen haben. Und dann haben wir uns gefragt, welchem Problem wir uns jetzt

zuerst annehmen wollen, in unserer ersten Iteration. Wir haben uns dann entschieden, das Lautstärkeproblem zu verbessern und uns auf die Anwohner*innen konzentriert, versucht, Empathie zu entwickeln.

Wie genau?

Wir haben sehr viele Interviews auf dem Brüsseler Platz geführt und mit vielen Anwohnern und Anwohnerinnen gesprochen, um zu verstehen, wie sie das Problem sehen. Herausgekommen ist, dass die Anwohner*innen eher ein Müllproblem haben als ein Lärmproblem. Sonntags sieht der Platz oft aus wie ein Scherbenhaufen. Müll in den Beeten, zigtausend Zigarettenkippen und Kronkorken. Die Stadt kümmert sich um die Müllabfuhr und um das, was auf den Gehwegen vor den Beeten ist. Der örtliche Verein, der teilweise aus Anwohner*innen besteht, muss dann aufwändig mit der Hand in den Grünflächen nacharbeiten.

Vom Lärm- zum Müllproblem. Dann musste Ihre studentische Gruppe quasi umdenken?

Das Interessante an diesem agilen Arbeiten im Design Thinking ist, dass man nicht linear vorgeht.

In einer Kreativphase haben wir überlegt, wie wir eine gute Idee dafür finden, um das Müllproblem zu lösen, und den Platz trotzdem attraktiv zu halten für die Besucher*innen, aber zugleich den Anwohnerinnen und Anwohnern und der Müllabfuhr auch das Leben zu erleichtern.

Keine leichte Aufgabe.

Man muss ein Bewusstsein für die Besucher schaffen. Wir sind hier auf einem Platz, der uns allen gehört, für den wir alle verantwortlich sind und den wir nicht einfach so vermüllt zurücklassen können. Dann sind wir auf eine Idee gekommen, einen spielerischen Ansatz, einen Basketball-Mülleimer zu entwickeln. Wir haben dafür einen Prototypen gebaut, Zeichnungen und ein Video gemacht und schließlich eine Präsentation erstellt, die wir dann in der Testphase der Bezirksvertretung von Köln vorgelegt haben.

Wie war die Reaktion?

Wir haben ein ganz tolles ausführliches Feedback und Learning bekommen, auch von den Abfallwirtschaftsbetrieben (AWB). Wir werden dann in einer zweiten Iteration, jetzt im aktuellen Sommersemester, mit den nächsten Studierenden in die zweite Iteration gehen und dann die AWB, die Müllabfuhr, einbeziehen in den Prozess. Das heißt, es ist immer ein ständiges Lernen, ein ständiges Verbessern und wir können nicht davon ausgehen, dass wir mit einer Iteration die Lösung für solch ein komplexes Problem stellen können.

Wie haben Sie die Studierenden erlebt?

Unglaublich engagiert. Wir haben einen WhatsApp-Chat gegründet, der ist heute noch aktiv, obwohl die Klausuren schon längst geschrieben sind. Ich habe Studierende erlebt, die sehr engagiert waren, über das Geforderte hinaus. Sie haben Extraliteratur gelesen und waren unglaublich motiviert.

Was war der Auslöser: Die Methode, das Projekt oder beides?

Ich bin mir sicher, dass es die Arbeitsweise ist, das dynamische Arbeiten. Die Vorlesungen werden nicht klassisch gehalten, sondern wirklich im Design-Thinking-Modus. Wir haben mit sehr vielen Klebezetteln unsere Gedanken an die Wand gepinnt, sodass wir ein gemeinsames, kollektives, visuelles Teamgedächtnis hatten. Jeder konnte seine Ideen einbringen, unabhängig von seinem Erfahrungsstand. Wir waren alle auf Augenhöhe. Jeder konnte sich einbringen mit seinen Fähigkeiten, mit all seiner Diversität.

Welche Projekte wünschen Sie sich, damit sich nicht nur die technischen Innovationen entwickeln, sondern auch die gesellschaftlichen?

In der Innovation gibt es eine große Bewegung nach mehr Sinnhaftigkeit und das würde ich sogar ausweiten. Ich würde sagen, dass bei vielen jungen Leuten, die gut ausgebildet sind, der Wunsch nach Sinnhaftigkeit an vorderster Stelle steht. Sinnhaftigkeit und etwas Sinnvolles für die Gesellschaft zu entwickeln, liegt sogar noch vor dem Trend, mehr Freizeit haben zu wollen, geschweige denn mehr Geld verdienen zu wollen. Wenn ein Unternehmen engagierten Menschen die Möglichkeit zu Sinnentfaltung bietet, sind die meisten



Semesterprojekt „Brüsseler Platz“

Der urbane und viel besuchte Brüsseler Platz in Köln hat durch die hohe Frequenz an Besucher*innen mit vielen Problemen zu tun. Unterschiedliche Bedürfnisse von Anwohnerinnen und Anwohnern, Gewerbetreibenden und Besucher*innen führen zu Konflikten, die komplex und nicht einfach zu lösen sind. Mittels eines Design-Thinking-Prozesses, der andauert, haben Studierende des Schwerpunktes „Creative Leadership“, die alle aus unterschiedlichen Fachbereichen stammen, die erste Iteration durchgeführt. Die Fragestellung lautete: Wie können wir den Anwohnerinnen und Anwohnern helfen, die Vermüllung auf dem Brüsseler Platz zu reduzieren und dennoch die Attraktivität des Platzes zu bewahren? Der Prototyp beziehungsweise Lösungsvorschlag ist ein „Basketball-Mülleimer“, der sich den spielerischen Ansatz von Gamification zunutze macht.

unglaublich motiviert. Ich wünsche mir, dass mehr Menschlichkeit in die Digitalisierung kommt, dass wir uns insgesamt empathischer verhalten. Dass wir uns insgesamt darum kümmern, wie geht es eigentlich unserem Nächsten und das auch in unser Geschäftsdanken miteinbeziehen.

Müssen wir uns grundsätzlichere Fragen stellen? Etwa, für welche Werte wir eintreten wollen oder für wen wir da sind?

Ja, absolut, weil das, was wir vorher gedacht haben, dieses Höher, Schneller, Weiter, Wachstum um jeden Preis, das ist eine Entwicklung, die kann es in Zukunft so nicht mehr geben. Es wird neue Systeme geben, wo es eben nicht darum geht, ob wir mehr Zahnbürsten brauchen. Wir müssen uns überlegen, was wir wollen. Wollen wir vielleicht gar nicht mehr besitzen? Vielleicht geht es um etwas ganz anderes und das zu entwickeln und zu erforschen, das ist auch für mich ein großer Antrieb in meiner persönlichen Arbeit. Der Kern unseres Schaffens ist tatsächlich unser Gegenüber, unser Menschsein, gerade im Hinblick auf Robotik und die Maschinen, die jetzt kommen. Die sollten wir uns zunutze machen, um unsere eigene Produktivität, unsere eigene Kreativität nach vorne bringen zu können.

Und das funktioniert auch mit Design Thinking?

Die Essenz von Design Thinking ist eine Haltung zu einem Problem. Es ist eine Denkweise, wie ich ein Problem betrachte und löse. Diese Denkhaltung ist wichtiger als der Prozess an sich. Ich persönlich habe eine Zwanzig-Achtzig-Abgrenzung für mich gemacht. Zu zwanzig Prozent halte ich mich an die Struktur, an den Prozess von Design Thinking. Zu achtzig Prozent ist es die Denkweise, die Philosophie dahinter.

Design Thinking wird an der RFH in unterschiedlichen fächerübergreifenden Schwerpunkten angeboten, die Studierende ab dem sechsten Semester als Vertiefung wählen können, zum Beispiel „Creative Leadership“. Darüber hinaus ist Design Thinking Bestandteil der Lehre für die Studiengänge [User Experience Design, M.A.](#) (Fachbereich Medien) und [Wirtschaftsinformatik, M.A.](#) (Fachbereich Wirtschaft & Recht). Ab dem Wintersemester 2018/19 wird Design Thinking hier auch als Vorlesung angeboten.

Start-ups@RFH

„Nie waren die Zeiten besser“

Text: Beate Czikowsky
Fotos: Philippe Moosmann

Die RFH hat viele erfahrene Dozenten aus dem Bereich Entrepreneurship und Unternehmensgründung. Sie haben selbst gegründet, investiert, Hunderte von Gründerinnen und Gründer beraten, Erfahrungen aus den USA mitgebracht und sich nicht nur Wissen und Erfahrung, sondern auch ein umfassendes Netzwerk erarbeitet. Davon und von ihrem breiten Know-how profitieren auch unsere Studierenden. Die RFH ist seit zwanzig Jahren Mitglied im Hochschulgründernetz cologne (hgnc) und unterstützt aktiv Ausgründungen mit zahlreichen Veranstaltungen und Beratungen. Über den hgnc kann die RFH für Studierende und Absolvent*innen Exist-Gründerstipendien beantragen. Wir stellen Ihnen zehn RFH-Dozenten und einige Fördermöglichkeiten vor:

EXIST-Gründerstipendium

Über den hgnc kann die RFH für Studierende/Absolvent*innen ein EXIST-Gründerstipendium beantragen.

Eckpunkte EXIST-Gründerstipendium (Förderprogramm des BUNDES):

- bis zu drei Gründer, maximal fünf Jahre nach dem Abschluss des Studiums
- einer der Gründer kann auch schon länger aus dem Studium sein oder auch gar nicht studiert haben.
- Fördermittel: 2.500 Euro pro Monat und Gründer für 12 Monate
- zusätzlich 30.000 Euro Sachmittel und 5.000 Euro für Coaching
- ein Mentor oder eine Mentorin (Dozent*in), der oder die das Projekt fachlich unterstützt.

Voraussetzung: Es muss ein innovatives Start-up sein, möglichst mit Bezug zum Studium oder zur Abschlussarbeit!

Bei Interesse: kai.thierhoff@rfh-koeln.de oder an die Abteilung Koordination Forschung und Entwicklung: marie-luise.david@rfh-koeln.de

»Es wird alles digitalisiert werden, was digitalisierbar ist. Die Frage ist nicht, ob wir das wollen oder nicht, sondern wie wir damit umgehen. Der technische Fortschritt sollte auch für soziale Innovationen genutzt werden, etwa durch neue Arbeitsprozesse.«



Prof. Dr. Kai Buehler

Kai Buehler lehrt seit 2016 an der RFH im Fachbereich Medien „Digital Business Management“. Er beschäftigt sich vor allem mit den Themen Digital Entrepreneurship, Start-up-Geschäftsmodellen und Digitaler Transformation. Von 2005 bis 2016 arbeitete er in New York, Los Angeles und im Silicon Valley, wo er als Gründer und CEO verschiedene Start-ups im Technologie- und Medienbereich erfolgreich aufbauen und verkaufen konnte. So entwickelte er das erste mobile Bonusprogramm für das TV, das vom börsennotierten Unternehmen Perk Inc. akquiriert wurde. Im Jahr 2015 wurden ihm zudem zwei US-Patente im interaktiven TV-Bereich zugesprochen. Als Angel-Investor mit doppelter Staatsbürgerschaft ist er an verschiedenen VR-/AR- und eCommerce-Start-ups in den USA und Deutschland beteiligt. Seine praktischen Erfahrungen im Bereich Digitales Start-up-Management, Innovation und Digitaler Transformation bereichern den Studiengang „Digital Business Management“.

*»Die Digitalisierung in Verbindung mit den steuerrechtlichen Rahmenbedingungen stellt Steuerberater*innen und Mandant*innen im Alltag nicht nur vor neue Herausforderungen, sondern auch vor eine grundsätzliche Gefahr, die auch Start-up-Unternehmer nicht unterschätzen sollten: Die Einschränkung ihrer unternehmerischen Freiheit. Hier sind die Steuerberater und Juristen als Anwälte ihrer Mandantinnen und Mandanten und der Gesellschaft gefragt, um die Steuergerechtigkeit zu wahren.«*

Prof. Dr. Udo Hermann

Der Dipl.-Volkswirt und Steuerberater Udo Hermann lehrt seit 2013 die Fächer Internationale Rechnungslegung und Steuerlehre an der Rheinischen Fachhochschule. Neben seiner Lehrtätigkeit betreut und berät er seit den 90er-Jahren Unternehmensgründer*innen, klein- und mittelständische Unternehmen und Freiberufler*innen in allen steuerlichen Angelegenheiten. Dabei legt er besonderen Wert auf die Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte, wie es auch der Titel einer seiner Fachaufsätze vermuten lässt: „Leasing- oder Kreditfinanzierung? Eine investitionstheoretische Analyse“.



Prof. Dr. Niklas Mahrdrdt

Niklas Mahrdrdt lehrt seit 2003 schwerpunktmäßig im Fachbereich Medien. Ursprünglich kommt er aus dem Bereich Venture Capital und Beteiligungsberatung. An der RFH übernahm er das Fach „Gründungsmanagement“. Aus mittlerweile 15 Jahren Lehrerschaft ist ein weitreichendes Netzwerk zu mehr als 50 Firmengründungen von RFH-Alumni entstanden. Häufig fungiert Niklas Mahrdrdt dort als Mentor oder stellt Kontakte zu mittelständischen oder größeren Unternehmen her, die in Zeiten der Digitalen Transformation von Neugründungen lernen und kooperieren wollen. Im Rahmen seiner Professur erlebt er nahezu täglich die Mediennutzung der sogenannten Digital Natives und ist stets bestrebt, Studierende und Alumni auch in Zeiten der Vollbeschäftigung zu Gründungen zu inspirieren.

*»Folge deinem Herzen,
aber nimm dein Hirn mit.«*

*»Alles in der Wirtschaft ist heute abhängig von Netzwerkeffekten. Das Wachstum schafft mehr Wachstum, die Ersten werden auch morgen die Ersten sein, nur mit größerem Abstand. Die Kosten steigen langsam, die Nutzerbasis aber verbreitert sich schnell, sodass die Gewinner*innen ihren Markt am Ende größtenteils erobern. Es reicht für Gründer*innen also nicht, nur auf die Skalierung zu achten, sondern sie müssen sich auch in Netzwerke einfügen und Inhalte teilen, um erfolgreich mit anderen zu werden.«*

Prof. Dr. Harald Meisner

Harald Meisner ist seit 2001 Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzwirtschaft (Corporate Finance, Unternehmensbewertung) an der RFH Köln. Er hat viele Start-ups beraten, selbst gegründet und ist seit Langem aktiv in der Crowdfundingzene. Als Innovationsscout bei Conda Deutschland GmbH sucht er nach neuen Geschäftsideen und interessanten Unternehmen, die eine passende Unternehmensfinanzierung benötigen. Harald Meisner betreibt einen Crowdfinance- und Innovationsblog (blog.meisner-consult) und ist bei „Wallstreet-Online“ Gastautor für innovative Finanzthemen wie Crowdfunding, Blockchain und Bitcoin. Im Sommer 2017 erschien die zweite Auflage seines Buches „Finanzwirtschaft in der Internetökonomie“.



Prof. Dr. Alexander Loskant

Alexander Loskant ist als langjähriger Produzent von preisgekrönten, internationalen Kinospielefilmen wie „Die schwarzen Brüder“ (von Oscar-Gewinner Xavier Koller, Hauptdarsteller Moritz Bleibtreu) oder „Puppe“ (mit Jella Haase aus „Fack Ju Göthe“) vor allem mit den kreativen Voraussetzungen von Innovationen vertraut. Im Fachbereich Medien vertritt er Themen wie Transmedia Storytelling, Blockbuster-Architekturen und High Concept-Serien. Die Beschäftigung mit der Digitalen Transformation im Medienbereich brachte ihn schließlich an die Schnittstellen von Kunst und Ökonomie. Als Head of Abstraction and Synthesis bei AGE OF ARTISTS lotet er daher in Forschung und Praxis die Rahmenbedingungen für den Aufbau kreativer Unternehmenskulturen aus, wie sie in Start-ups häufig üblich sind. An der RFH gründete er den Innovationsschwerpunkt Creative Leadership mit dem Ziel, modernen Managementideen wie Design Thinking, Agility, Holocracy oder Googles Moonshot Thinking an der Hochschule eine Plattform zu bieten.

»Große Entrepreneure sind wie große Boxer, leidenschaftlich, talentiert und von unermüdlicher Beharrlichkeit. Wer Ecken und Kanten hat und keine Angst vor Narben, in dem steckt das Zeug zum Helden.«

»Mir ist wichtig, mit den Studierenden aktuelle Themen zu erarbeiten und damit auch den Finger am Puls der Zeit anzulegen. So ist ihre Aufgabe in diesem Jahr, unter dem Leitthema „Leben im Alltag“ innovative Geschäftsmodelle zu generieren, die mittels technischer Innovationen interessante Dienste für die Zielgruppe liefern kann. Ansatzpunkte dafür wären digitale Fitness-Coaches, Ernährungsguides oder Home Docs, über die Studierende Apps oder technische Hilfen zielgruppengerecht konzeptionieren. In Gesprächen über die Machbarkeit zunächst impraktikabel anmutender Ideen entwickeln sich oftmals so realistische Cases, dass die Studierenden ernsthaft erwägen, ihre Planung in die Realität zu bringen.«



Prof. Dr. Udo Müller

Udo Müller lehrt Marketing, BWL und Gründungsmanagement. Neben der Aktualität der zu bearbeitenden Themen ist ihm wichtig, mit hohem Praxisbezug zu arbeiten. Seine aktuellen Themen, bewegen sich rund um den stetig wachsenden Markt der alternden Gesellschaft in Deutschland. Technische Innovationen bringen auch in diesen Markt soziale Innovationen. Beides läuft für ihn Hand in Hand.



Prof. Dr. Michael Pulina

Am Standort Neuss ist Michael Pulina Studiengangsleiter für den dualen Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen. Der Diplom-Chemiker (mit M.Sc. Management) hat zehn Jahre Industrieerfahrung in der Leitung Forschung & Entwicklung und Innovationsmanagement im Segment der Konsumgüter. Sein Schwerpunkt in der Lehre ist Innovationsmanagement und Entrepreneurship. Aktuell ist er am Standort Neuss mit der Gründung des Instituts für Entrepreneurship und Unternehmensmanagement (IfEU) betraut sowie mit dem Thema Unternehmensgründungen/Start-ups in Neuss. „Das IfEU wird auf Initiative der RFH sowie der Stadt Neuss gegründet und umfasst ab dem Wintersemester 2018/19 neben der Forschungsausrichtung auch duale Masterprogramme wie Digital Business Management und Business Administration. Den Anstoß für die Gründung des Instituts hatte eine Umfrage bei RFH-Studierenden in Neuss gegeben.“

»An jedem Punkt, der nicht realisierbar erscheint, ist der Ausgangspunkt für eine Produktinnovation gefunden. Die Lösungen in den Bereichen Technologie und Produkt führen wiederum zu Markt- und Sozialinnovationen. Innovationen sind somit der Grundstein für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung.«

»Alle Gründerinnen, Gründer und Start-ups sollten Folgendes in jedem Falle beherzigen: Umsatzerlöse kommen immer später als geplant, dafür sind die Kosten stets höher als geplant. Eine sorgfältige betriebswirtschaftliche Planung ist also unabdingbar!«

Dipl.-Ing. Jörg Püschel

Jörg Püschel ist seit 2012 Lehrbeauftragter an der Rheinischen Fachhochschule Köln und hält Vorlesungen in den Bereichen Unternehmensgründung und Gründungsmanagement. Nach seinem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens war er an der Technischen Universität Berlin Projektleiter beim Aufbau des ersten Gründerzentrums in Deutschland (BIG Berliner Innovations- und Gründerzentrum). Seit 1987 ist er Mitarbeiter der Sparkasse KölnBonn, Abteilung Consulting/Gründercenter. Sein Hauptaufgabengebiet ist die Beratung in der unternehmerischen Nachfolge und die Beratung von Existenzgründer*innen. Seit 1997 ist Jörg Püschel beim NUK Neues Unternehmertum Rheinland e. V. engagiert: Er hat den Verein NUK maßgeblich mit aufgebaut und ist seitdem auch in der laufenden Projektorganisation tätig. Die NUK-Akademie unterstützt technologie- und wissensbasierte Start-ups beim Aufbau und bei der Gründung ihres Unternehmens. Jörg Püschel führt auch bei NUK eigenständig Workshops und Lehrveranstaltungen für Existenzgründer*innen und Jungunternehmer*innen durch.



Alexander Speckmann

Alexander Speckmann ist Dozent für Digitale Innovation im Fachbereich Medien an der RFH. Der zertifizierte Businesstrainer arbeitet darüber hinaus im hack.institute als Konzepter, Projektleiter und Seminarleiter an Hackathons, Online Challenges und Design Sprints. Während seines Maschinenbaustudiums hat er die Dingfabrik Köln – eines der ersten FabLabs in Deutschland – mitgegründet und einen der ersten Coworking Spaces in Köln in der Gründungsphase unterstützt. Als mehrjähriger Freiberufler und Unternehmer ist er Teil der Generation Y und hat als Prüfer diverse Bachelor-Thesen im Themenfeld New Work begutachtet. In seinen Seminaren legt er besonderen Wert darauf, mit den Studierenden ihren generellen und individuellen Möglichkeitsraum zur beruflichen Entfaltung zu erarbeiten.

»Die Digitalisierung steht immer noch am Anfang und wird sich aller Voraussicht nach noch viel umfassender und vor allem mit viel höherem Tempo als schon bisher auf die Tätigkeiten in unserem Arbeitsalltag auswirken. Viele Berufe werden wegfallen, deutlich weniger menschliche Arbeit benötigen oder sich zumindest radikal in ihren Anforderungen verändern. Diskontinuierliche Erwerbsbiografien werden die Regel anstatt die Ausnahme sein. Umso wichtiger ist es, unternehmerischem Denken, Agilität, Ethik und Empathie einen hohen Stellenwert in der Ausbildung einzuräumen und Perspektiven für den Umgang mit technischen und sozialen Veränderungen aufzuzeigen. Die Vermittlung alter Rezepte kann nicht mehr im Fokus stehen. Stattdessen müssen wir die Kompetenzen zur Neu- und Weiterentwicklung von Rezepten in den Vordergrund rücken.«

*»Nimm Dein Leben doch einfach selbst in die Hand!
Du kannst die Themen, die Umgebung und die Menschen, mit denen du
dein Leben und Arbeiten füllen möchtest, selbst wählen.
Und wenn deine perfekte Arbeitsumgebung noch nicht da ist,
schaffe sie doch einfach selbst!
Nie waren die Zeiten besser hierfür!«*

Prof. Dr. Kai Thierhoff

Kai Thierhoff ist seit 2004 an der RFH und lehrt Entrepreneurship. Er ist außerdem Gründer und Inhaber von Thierhoff Consulting – Spezialist für die Beratung von Start-ups und Investoren. In seinen Lehrveranstaltungen im Fachbereich Wirtschaft & Recht konzentriert er sich auf digitale Medien und technologieorientierte Gründungen und Venture Capital/Wachstumsfinanzierung. Er hat in der Summe mehr als zwei Dutzend Start-ups gegründet, sich daran beteiligt und sie erfolgreich aufgebaut. Als Berater haben sein Team und er in 20 Jahren mehr als 800 Start-ups beraten und mehr als 100 Millionen Euro an Finanzmitteln eingeworben. Als Coach war er bei vielen Gründerwettbewerben aktiv und stand auch als Juror in der Start-up-Castingshow „Mit Liebe gemacht“ (WDR & Einsfestival) vor der Kamera. Seit 2008 veranstaltet er Start-up-Konferenzen wie die Freigeist-Konferenz, die ADVANCE International Web & Start-up Conference, die INTERACTIVE COLOGNE und ist im Vorstand des hochschulgründernetzes cologne (hgnc). Er ist zudem Co-Founder und Geschäftsführer des neuen Start-up-Hotspots in Köln: HEADQUARTER[S] Cologne.



START-UP-Hochschul-Ausgründungen NRW

Eckpunkte Hochschulausgründung:

- bis zu drei Gründer, maximal zwei Jahre nach dem Abschluss des Studiums
- Fördermittel: maximal 260.000 Euro für Gehälter und Sachausgaben
- Gründungscoach unbedingt erforderlich – schon bei Antrag
- Antragsteller ist die Hochschule! Gründer*innen sind für die Zeit des Programms Angestellte der Hochschule.
- Ein Mentor oder eine Mentorin (Dozent*in), der oder die das Projekt fachlich unterstützt.

Voraussetzung: Es muss ein innovatives Start-up sein, möglichst mit Bezug zum Studium oder zur Abschlussarbeit!

Bei Interesse: kai.thierhoff@rfh-koeln.de oder an die Abteilung Koordination Forschung und Entwicklung: marie-luise.david@rfh-koeln.de

hochschulgründernetz cologne – hgnc

Neben der Qualifizierung durch gründungsspezifische Seminare und Workshops steht das hgnc Gründungsinteressierten für alle Fragen rund um das Thema Selbstständigkeit zur Verfügung. In Einzelberatungen werden Geschäftsideen entwickelt, gecoacht, bei der Erstellung des Businessplans unterstützt oder mögliche Finanzierungsoptionen für die Umsetzung des Geschäftsmodells erörtert. Dabei greift das hgnc auf ein fundiertes Netzwerk außerhalb des hgnc e. V. zurück. Nahezu alle wichtigen Partner der Wirtschaft, die einer jungen Existenzgründerin, einem jungen Existenzgründer den Start erleichtern können, kooperieren mit dem Netzwerk.

www.hgnc.de

Gründerpreis der Wirtschaftsjunioren Köln e. V.

Auch 2018 verleihen die Wirtschaftsjunioren Köln zum 21. Mal den Gründerpreis. Beharrlichkeit, Offenheit, Souveränität, Empathie und Leidenschaft – aber vor allem das Gespür für die Gelegenheit sind die Punkte, an denen er oder sie sich von der branchen- und fachübergreifend zusammengestellten Jury messen lassen muss. **Bewerbungen sind noch bis zum 16. Juli 2018 möglich.** Neben einem Preisgeld und medialer Öffentlichkeit für die Gewinner*innen, erwartet alle Teilnehmer*innen ein interessantes regionales Netzwerk und Expertenwissen von erfolgreichen Gründer*innen.

www.wjkoeln.de

Die RFH und HEADQUARTER[S] Cologne sponsern einem Gewinnerteam bis zu drei Gründer*innen jeweils für ein halbes Jahr einen Coworking Space im HEADQUARTER[S] Cologne. Er vernetzt die rheinische Gründerszene mit den Besten aus Digitalwirtschaft und Industrie und bietet einen Business Club, der Mitglieder mit Designer*innen, Programmierer*innen, Co-Foundern, Business Angels, Investor*innen und mit spannenden Gesprächspartner*innen zusammenbringt.

www.hq-cologne.de

Von Studierenden für Studierende

StuPa und AStA an der RFH

Text: Simon Kamerichs, Joshua Kilb
Foto: Philippe Moosmann

Liebe Studierende,

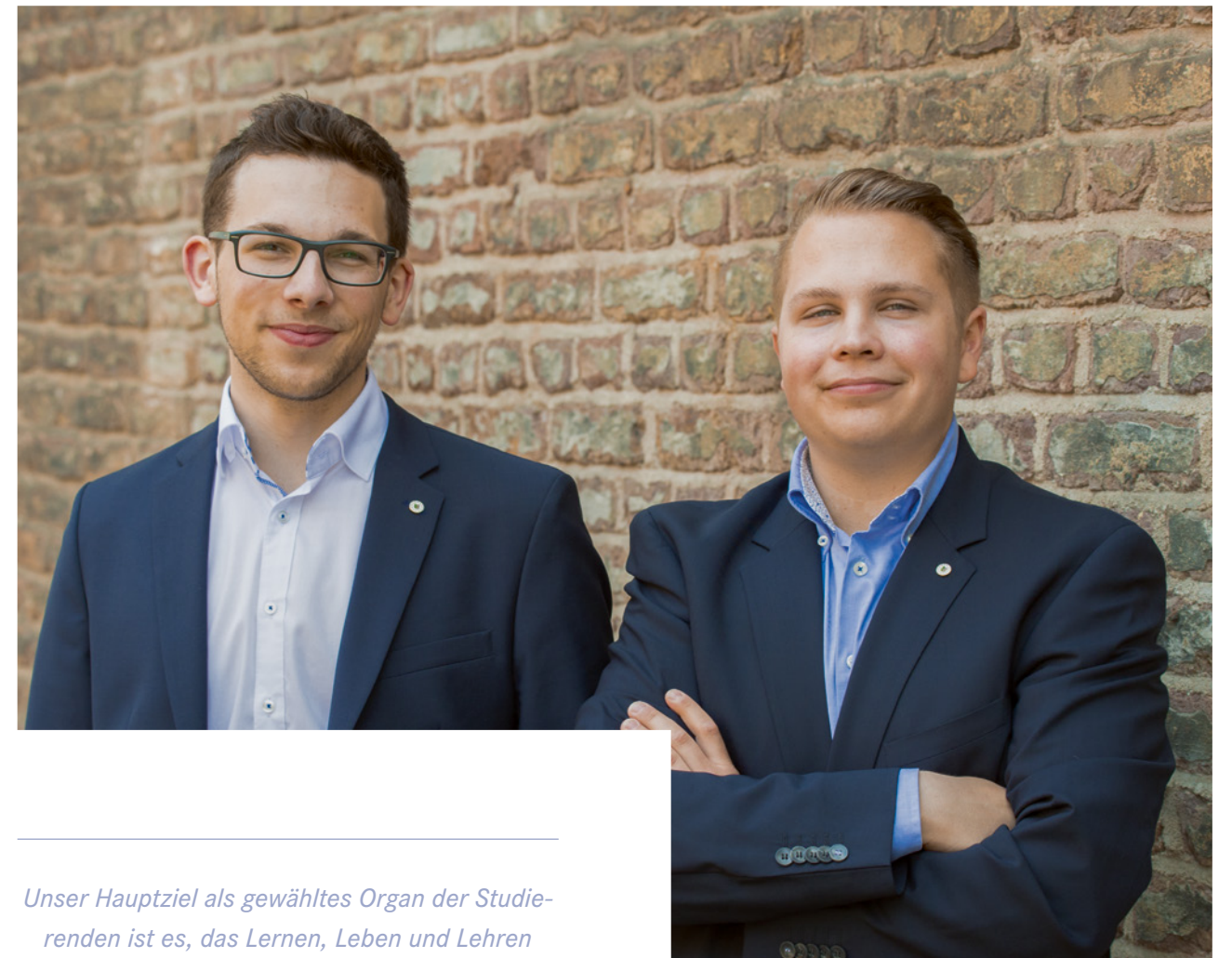
ich bin Simon Kamerichs, studiere BWL im fünften Semester und bin Vorsitzender des Studierendenparlamentes (StuPa) der RFH. Ich möchte Euch gern einen kleinen Einblick in das „System“ Studierendenparlament (StuPa) und den Allgemeinen Studierendenausschuss (AStA) geben, um Euch für unsere Arbeit und unsere Angebote zu begeistern. Mein Kollege Joshua Kilb (5. Semester Wirtschaftspsychologie) ist Vorsitzender des AStA.

Was ist eigentlich das StuPa? Und was ist der AStA?

Innerhalb einer Universität oder Fachhochschule existiert das Studierendenparlament (StuPa) als oberstes, beschlussfassendes sowie vertretendes Organ der Studierendenschaft. Es hat die Aufgabe, die Interessen der Studierenden gegenüber der Hochschule zu vertreten. Die weiteren Mitglieder des Studierendenparlamentes untergliedern sich in einzelne Referate, in denen sie sich engagieren und interne Projekte vorantreiben. Der Allgemeine Studierendenausschuss (AStA) ist in erster Linie ein Unterausschuss des Studierendenparlamentes. Der AStA als gewählter Ausschuss des Studierendenparlamentes vertritt die Interessen der Studierendenschaft in Hochschulgremien wie dem Senat, dem Prüfungsausschuss und den Lehrqualitätssitzungen, die zur Überprüfung von Lehrinhalten dienen.

An Universitäten sowie den größeren Hochschulen sind die Mitglieder des StuPa sowie des AStA politisch organisiert. Sie vertreten die politischen Richtungen und Strömungen, die auch in der Gesellschaft vorherrschen. Im Gegensatz dazu ist das StuPa an der RFH Köln kein politisches Organ, sondern arbeitet unter der Maxime „Von Studierenden für Studierende“ und versteht sich als Servicepartner innerhalb der Hochschule. Wir sind damit Ansprechpartner für die Studierenden und die Hochschulleitung!

Bei Fragen rund um das Studium stehen wir Euch als Sprachrohr zur Verfügung und verfolgen den Anspruch, diese im direkten, regelmäßigen Austausch mit der Hochschulleitung und den jeweiligen Verantwortlichen zu kommunizieren. Aus dieser Organisationsstruktur heraus ergeben sich hohe Synergieeffekte, um Themen voranzutreiben und mögliche Probleme zu lösen. Auch bei Fragen zu Prüfungsrichtlinien sind wir neben dem Prüfungsamt und dem Prüfungsausschuss eine wichtige Anlaufstelle. Zusätzlich bieten wir Seminare und Veranstaltungen an, mit dem Ziel, Wissen zu vermitteln und kreative Prozesse innerhalb der Hochschule anzustoßen. Seminare zum Steuer-, Auslands- und Arbeitsrecht gehören ebenfalls zu unserem Angebot.



Unser Hauptziel als gewähltes Organ der Studierenden ist es, das Lernen, Leben und Lehren innerhalb unserer Fachhochschule im Miteinander stetig zu verbessern und Neuerungen zu implementieren.

Jeder Studierende der Rheinischen Fachhochschule Köln kann fernab seines Fachbereichs und Semesters im Studierendenparlament und seinen Gremien mitwirken und sich durch die Studierenden im Dezember eines jeden Jahres wählen lassen.

Es würde uns sehr freuen, wenn wir auf diesem Wege Euer Interesse wecken konnten und Ihr uns als Chance zur Verbesserung Eures Studiums kennenlernen möchtet.

Beste Grüße,
Eure Simon Kamerichs und Joshua Kilb

Kontakt

Simon Kamerichs (StuPa) und
Joshua Kilb (AStA)
Raum S 308
Tel.: +49 (0) 221 20302-760
info@stupa-rfh.de

Unter www.stupa-rfh.de sind eine Vielzahl von relevanten Themen rund um das Studium, hilfreiche Tipps für den Studienalltag so wie eine Übersicht über das aktuelle Geschehen an der RFH und wichtige Termine zu finden.

60 Jahre

Rheinische



Die nächste Ausgabe VORSPRUNG erscheint im Oktober anlässlich unseres 60-jährigen Jubiläums.

60 Jahre Rheinische bedeutet dreizehn Jahre Rheinische Ingenieurschule für Bau- und Maschinenbauwesen in Köln und 47 Jahre Rheinische Fachhochschule Köln.

60 Jahre Erfahrung und Tradition, Vertrauen auf Bewährtes und Offenheit für Neues.

Das macht die RFH zu einem verlässlichen Bildungspartner im schnellen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel.



vorsprung

Ausgabe Juni 2018

Das Hochschulmagazin
der Rheinischen Fachhochschule Köln

Sie haben Fragen, Anregungen
oder Wünsche zum Hochschulmagazin?
redaktion@rfh-koeln.de

Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences