

# Wirtschaftsethik als Service

Esther Maria Meyer

## *Keywords*

*Service Learning, Corporate Citizenship, ökonomische Nachhaltigkeit, Hochschuldidaktik, soziales Engagement, Universitätslehre, Verantwortung, Wirtschaftsethik*

Service Learning hat sich in den USA Mitte der 80er Jahre aus der Lerntheorie des Experiential Learning entwickelt. Die Lernstrategie vereint das Ausüben von zivilgesellschaftlichem Engagement mit theoretischer Reflexion im Kontext des Unterrichtens und ist für die Aus-, Weiter- und Fortbildung jeder Altersstufe denkbar. Service Learning zeigt in vielerlei Hinsicht positive Wirkung. In Deutschland gibt es zwar bereits ein Netzwerk und zentrale Anlaufstellen, in der Lehre wird Service Learning jedoch erst an wenigen Universitäten praktiziert. Die Annäherung an Service Learning über die Wirtschaftsethik kann aufgrund der engen inhaltlichen Verknüpfung der Wirtschaftsethik mit dem Prinzip des Service Learning den Einstieg erleichtern. In diesem Zusammenhang wird das Seminar Novalux am Lehrstuhl für Unternehmens- und Wirtschaftsethik der Universität Bayreuth vorgestellt. Es wird gezeigt, dass Novalux einen neuen Ansatz für ein Service Learning-Seminar an Universitäten liefert und worin dieser besteht.

esmeyer@googlemail.com

## ***1. Einleitung***

In der Bundesrepublik Deutschland ist das aktive gesellschaftliche Engagement der jungen Menschen im Alter zwischen 14 und 24 Jahren in den letzten zehn Jahren leicht gesunken. Die Bereitschaft der Jugendlichen, sich zu engagieren, hat hingegen stark zugenommen (vgl. Picot 2011: 8). Dies ist das Ergebnis einer Befragung der Bertelsmann-Stiftung von knapp 3000 jungen Menschen im Rahmen der Studie „Jugend in der Zivilgesellschaft – Freiwilliges Engagement Jugendlicher von 1999 bis 2009“, die im April dieses Jahres erschienen ist. „49 Prozent der Jugendlichen im Alter von 14 bis 24 Jahren wären bereit, sich zu engagieren, wenn sich etwas Interessantes bietet“ (Picot 2011: 8). Es stellt sich die Frage: Was macht gesellschaftliches Engagement für junge Menschen interessant? Welche Form entspricht ihnen? Was verstärkt die Diskrepanz zwischen prinzipieller Bereitschaft und tatsächlicher Aktivität? Hinderungsgründe scheinen mangelnde Zeit sowie Möglichkeiten zur zivilgesellschaftlichen regionalen Vernetzung zu sein. Vor allem bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund und geringem Bildungspotenzial wirkt sich eine unzureichende gesellschaftliche Integration negativ aus. Diese Studie zeigt, dass ihr aktives freiwilliges Engagement deutlich geringer ausfällt als bei ihren Altersgenossen ohne Migrationshintergrund, ihre Bereitschaft dazu jedoch in den letzten zehn Jahren um zehn Prozent, mit der Tendenz, sich dem gesamtdeutschen Durchschnitt anzupassen, zugenommen hat. (vgl. Picot 2011: 8/21).

„Gelegenheitsstrukturen“ können ein Schlüssel zur Umsetzung von Bereitschaft in Aktivität sein und sie können den jungen Menschen auch neue Bildungschancen bieten, die ihnen aus Engagement erwachsen (vgl. Picot 2011: 29). „Deshalb ist es dringend notwendig, dass Schulen und Universitäten für Jugendliche Frei- und Spielräume schaffen, um sich zu engagieren“ (Schneider 2011: 10). Unter dieser Aufgabe ist mehr zu verstehen, als Zeitfenster bereitzustellen, die den jungen Menschen zur freien Verfügung stehen. Es gilt, Strukturen aufzubauen innerhalb derer aktives zivilgesellschaftliches Engagement erleichtert wird. Einen entsprechenden Zugang sowie Rahmenbedingungen können und sollten Lehrinstitute als zentrale Aufenthaltsorte junger Menschen anbieten.

Das didaktische Prinzip des Service Learning ist ein hierfür geeigneter Vorschlag aus den USA, welcher zivilgesellschaftliches Engagement als Unterrichtsfach in die Lehre integriert. Es erleichtert nicht nur den Zugang der Jugendlichen zu sozialen Aktivitäten, sondern stellt auch einen alternativen Ansatz der Wissensvermittlung dar, der auf Lernen durch Erfahrung beruht. Nicht nur als Antwort auf die aktuellen Ergebnisse der von der Bertelsmann-Stiftung veröffentlichten Studie

sollte das Konzept daher hinsichtlich seiner Potenziale durchleuchtet, gegebenenfalls angepasst, abgeändert oder ausgebaut sowie anwenderfreundlich kommuniziert werden. Daran wird auch in Deutschland bereits gearbeitet.

Ein dem entsprechendes Angebot gibt es an der Universität Bayreuth unter dem Namen Novalux, innerhalb der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Das Bayreuther Service-Learning-Modell kann aufgrund der Parallelen zwischen den Lernzielen in Service Learning und der wirtschaftswissenschaftlichen Teildisziplin hinsichtlich ethischer Grundsätze den Zugang zu Service Learning erleichtern und damit einen wichtigen Beitrag dazu beisteuern, das „Experiment“ Service Learning an deutschen Hochschulen zu etablieren. Warum das wünschenswert ist und wie dies geschieht, wird hier vorgestellt.

Zunächst erfolgt eine Darstellung der Entwicklung des Service Learning als hochschuldidaktischer Methode: Ausgehend von der Definition wird innerhalb des ersten Kapitels ein Überblick über lerntheoretische Grundlagen gegeben, die auf der ursprünglich US-amerikanischen Pädagogik des Erfahrungslernens basieren und der Komponente der Reflexion und des Problemlösens eine große Bedeutung zusprechen. Das anschließende anwendungsbezogene Kapitel beschäftigt sich mit der Implementierung der Veranstaltung als Seminarangebot innerhalb der universitären Curricula. Eingangs erfolgt daher eine Betrachtung der Situation deutscher Hochschulen, um eine Ausgangsbasis zu liefern, inwieweit die innovative Lehrveranstaltung in Deutschland weiter etabliert werden könnte. Dabei erfolgt eine Fokussierung auf die Disziplin der Wirtschaftswissenschaften und innerhalb dieser wiederum auf die Wirtschafts- und Unternehmensethik. In diesem Zusammenhang werden Beispiele für die Ausgestaltung der Seminarform genannt und die enge inhaltliche Verknüpfung der Wirtschaftsethik mit dem Prinzip des Service Learning herausgearbeitet. Schließlich wird unter Herausarbeitung von Besonderheiten das Konzept des Seminars Novalux an der Universität Bayreuth vorgestellt, das auf diesen Überlegungen aufbaut. Es soll gezeigt werden, dass Novalux einen neuen Ansatz für ein Service-Learning-Seminar an Hochschulen liefert. Dieser besteht vorrangig in der Disziplinbasierung auf die Wirtschafts- und Unternehmensethik, bzw. einer Verzahnungskomponente, die über eine ökonomische und philosophisch/soziale Dimension hinausgeht, der Konstruktion des Seminars als Marke sowie der alternativen Definition des Service, der zunächst in einer theoretischen, konzeptionellen Vorarbeit auf abstrakter Ebene besteht. Drei Phasen bilden die Konzeption von Novalux: Fragekultur (Phase 1), Konzepte (Phase 2) sowie Produkte (Phase 3). Das Unterkapitel der methodischen Gestaltung zeigt die praktische Umsetzung des Novalux-Seminars und kann als Beispiel dienen. Dem Aspekt

der Wirkungsanalyse wird im Schlusskapitel nachgegangen. Ausgehend von Erfahrungen und Überlegungen werden Verbesserungsvorschläge und Anreize genannt, die der Realisierung des Service Learning – nicht nur an der Universität Bayreuth – dienen könnten.

## **2. Entwicklung des Service Learning**

### *2.1 Definition und Entstehungshintergrund*

Die US-amerikanische Plattform National Service-Learning Clearinghouse bietet im Internet freien Zugang zu einer Datenbank, die Informationen und wissenschaftliche Publikationen zum Thema Service Learning bündelt. Auf ihr findet sich folgende Definition als Annäherung an den Begriff:

„Service-Learning is a teaching and learning strategy that integrates meaningful community service with instruction and reflection to enrich the learning experience, teach civic responsibility, and strengthen communities“ (National Service-Learning Clearinghouse 2011).

Unter „community service“ ist dabei das Ausüben von zivilgesellschaftlichem Engagement gemeint. Eine Bildungsstätte, die Service Learning anbietet, arbeitet in der Regel mit sogenannten „Service-Partnern“<sup>1</sup> wie beispielsweise sozialen Einrichtungen zusammen, die in Form von „Service (Learning)-Projekten“ Unterstützung durch den Lernenden erfahren. Bei dem Unterrichtsangebot handelt es sich also um eine spezielle Form von Praxis- bzw. Projektseminaren. Die Lernstrategie ist sowohl für Schüler, Studenten als auch für die Erwachsenenbildung geeignet. Die Ausführungen dieses Beitrags beschränken sich jedoch auf die Hochschullehre.

Das didaktische Prinzip ließe sich ins Deutsche mit „Verantwortungslernen“ oder „Lernen durch Engagement“ (Jaeger/In der Smitten/Grützmacher 2009: 33; Sliwka 2004: 20/23/28) übersetzen. Eine isolierte Verwendung des zweiten Vorschlags würde jedoch zu einer reduzierten Betrachtungsweise verleiten. Engagement ist mehr als ein didaktisches Tool, welches die Effektivität des Lernens erhöht, ähnlich einem eigens dafür entwickelten Computerprogramm oder einer

---

<sup>1</sup> Im aktuellen Text auch als „Service-Stellen“ bzw. „Service Einrichtungen“ bezeichnet.

lernpsychologischen Empfehlung für das Individuum. Eigene Aktivität und Motivation sind einerseits Voraussetzung für Lernen, andererseits müssen sie ihrerseits zunächst erlernt werden, wobei die normative Komponente von sozialem Engagement nicht vernachlässigt bleiben darf. Eine vollständigere, etwas umständlich klingende, aber durchaus präzise Betitelung wäre daher Lernen von Engagement durch Engagement.

Gleichzeitig liefert Service Learning dem Individuum jedoch eine Methode für gutes Lernen. Studierende, die an einem Service-Learning-Projekt teilnehmen, haben Anspruch auf einen, durch die Universität zu gewährleistenden Lerninput, bestehend aus dem theoretischen Gerüst, der Nennung klarer Lernziele sowie der Möglichkeit und Anregung zur Reflexion (vgl. Litzky/ Godshalk/Walton-Bongers 2010: 143). Hierin liegt auch der signifikante Unterschied zu anderen Formen bürgerlichen Engagements außerhalb des universitären Kontexts. Die nachfolgende Grafik verbildlicht die Theorie-Praxis-Verknüpfung des Service Learning. Die theoretische Verarbeitung der Praxiserfahrung wird im Service Learning im Vergleich zum klassischen Ehrenamt („community service“) und Praktikum am umfangreichstem gewährleistet.



ABBILDUNG 1: THEORIE-PRAXIS-VERKNÜPFUNG (REINMUTH/SASS/LAUBLE 2007: 19)

Im Folgenden soll der politische und demographische Hintergrund der Lehrform, die Mitte der 1980er Jahre in den USA entstanden ist, skizziert werden. Soziales und zivilgesellschaftliches Engagement erfahren in den USA eine große Selbstverständlichkeit. So haben dort Förderprogramme zum Einsatz für soziale Belange einen hohen politischen Stellenwert (vgl. Jaeger/In der Smitten/ Grützmaker 2009: 42). Bei der tatsächlichen Umsetzung und Anwendung der Programme hält sich der US-amerikanische Staat jedoch weitgehend zurück.<sup>2</sup> Vielmehr treten Unternehmensstiftungen, Kirchen und Zivilbürger als engagierte Akteure auf. Deren hohe Einsatzbereitschaft resultiert sicherlich aus der liberalen Staats- und Wirtschaftsordnung der USA, welche nur ein sehr

<sup>2</sup> Auch in Deutschland ist diesbezüglich eine „veränderte Staatlichkeit“ (Enquete Kommission 2002: 60) zu erkennen. Der Staat „ermöglicht die Selbstorganisation und die Eigenverantwortlichkeit der Bürgergesellschaft [...]“ (Enquete Kommission 2002: 60f.).

schwaches Sicherungsnetz für soziale Bedürftigkeit bereithält und auf dem kommunitaristischen Prinzip beruht. Dieses besagt, dass der Staat seinen Bürgern neben bzw. durch Freiheiten auch Verantwortung überträgt. Die Übernahme von sozialer Verantwortung kann dabei auf verschiedenste Weise geschehen. Diesbezügliche Anreize, Appelle und Handlungsempfehlungen lassen sich effektiv in Service-Learning-Projekte an Lehrinstituten integrieren, in denen ein Großteil der Staatsbürger zumindest temporär ausgebildet wird. Zudem leisten die Lernenden, durch die Bereitstellung ihrer Arbeitskraft, einen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Versorgung des sozialen Sektors.

Die Notwendigkeit des Anerziehens von sozialer Verantwortung ist besonders unter bestimmten demographischen Aspekten von großer Bedeutung. Die hohe ethnische Komplexität der US-amerikanischen Bevölkerung kann am ehesten mit einer Mosaikstruktur verglichen werden, innerhalb derer Separation und Segregation häufige Erscheinungsformen sind. Das Kennenlernen anderer Lebenswelten im direkten örtlichen Umfeld ist vielen Individuen verstellt. Dieser Mangel an Erfahrungen kann Ignoranz hervorrufen anstatt einen notwendigen Verantwortungssinn zu fördern. Vorurteile können zudem zu Ängsten werden, die ein Vermeidungsverhalten auslösen, welches das gesellschaftliche Leitbild des sich seiner sozialen Verantwortung bewussten Bürgers in weite Ferne rücken lässt. Die Einführung von Service-Learning-Seminaren in den Lehralltag kann dieser Fehlentwicklung entgegenwirken (vgl. Eyler et al. 2001: 1). Durch Projekte, welche den Lernenden das Soziale, die Vielschichtig- und Vielseitigkeit der Gesellschaft erleben lassen, können eventuelle Berührungsängste bei den meist jungen Seminarteilnehmern abgebaut und somit ein fruchtbares Fundament für ein Klima des Miteinanders gelegt werden.

Sinn für und Übernahme von sozialer Verantwortung sollte daher so früh wie möglich bei Schülern und Studenten angeregt werden. Aus dieser Überlegung heraus ist die Idee des Service Learning, des Lernens von Engagement durch Engagement entstanden.

## *2.2 Lerntheoretische Fundierung*

Was macht Service Learning aus lerntheoretischem Blickwinkel zu einem besonderen didaktischen Prinzip? Auch hier findet sich der Ursprung unter anderem in den USA. Der Philosoph und Reformpädagoge John Dewey (1859-1952) sieht neben Jean Piaget (1896-1980) und Kurt Lewin (1890-1947) Erfahrungslernen<sup>3</sup> als notwendige Komponente des Gesamtlernerfolgs an. Nur zusam-

---

3 Engl.: Experiential Learning (vgl. Kolb 1984: 20).

men mit praktischen Erfahrungen kann der Lernprozess komplettiert werden (vgl. Dewey 1938; Kolb 1984: 27).<sup>4</sup> Der Begriff des Lernens wird so erweitert.<sup>5</sup> David Kolb fasst in einer Definition die Grundlagen des Experiential Learning zusammen: „Learning is the process whereby knowledge is created through the transformation of experience“ (Kolb 1984: 38). Die Emotionen, welche das (neue) Erfahrungsumfeld bei den Lernenden hervorrufen, spielen vor allem für den langfristigen Lernerfolg eine entscheidende Rolle, weil sie im Individuum verschiedene Verständnisebenen aktivieren (vgl. Dewey 1938; Kolb 1984: 22; Wittmer 2004: 363). Eine konkrete Erfahrung wird verarbeitet, worauf der nächste Lernschritt aufbauen kann (vgl. Kolb 1984: 33; Dewey 1938: 38f.). Um den Lernerfolg zu komplettieren ist Reflexion über das Erfahrene notwendig (vgl. Kolenko et al. 1996: 135). Reflexion ist daher methodischer Bestandteil jeder Service-Learning-Unterrichtseinheit. Dieser Lernprozess kann in einer schematischen Darstellung verdeutlicht werden.

Ein weiterer lerntheoretischer Aspekt betrifft den Umgang mit Wissen. Herkömmliche Seminarformen an deutschen Hochschulen sind so gestaltet, dass ein theoretischer Lehrstoff in einem zuvor definierten Umfang abgedeckt wird. Der Dozent ist dabei „controller of knowledge“ (Seifer/Connors 2007: 6). Er deklariert aufgrund persönlicher, ideeller, pädagogischer oder durch die Hochschule vorgegebener Maßstäbe spezifische Wissensinhalte als wertvoll und andere nicht. Dadurch bestimmt er das Ausmaß und die Intensität des Verständnisprozesses der Studierenden und hat auch, meist ungeahnt, Einfluss auf ihre Emotionen und die Aktivierung ihres Lernprozesses.

Service-Learning-Seminare sind anders strukturiert. Nicht das Aneignen und die möglichst genaue und meist rasche Reproduktion von Wissen sollen die Studenten erlernen, sondern sie sollen in die Welt entlassen werden und sagen können, dass sie wissen können, womit gemeint ist, eigenständig und unabhängig Probleme identifizieren und priorisieren zu können:<sup>6</sup>

„They must learn to find and frame what needs to be done, not just choose between options in an already delimited field. [...] [E]ffective problem solving ultimately depends upon effective problem identification“ (Zlotkowski 1996: 8).

4 Auch die Hirnforschung belegt die Bedeutung gemachter Erfahrung innerhalb des Lernprozesses (s. z.B. Roth 2010: 54; Herrmann 2010: 85; Bauer 2006).

5 Soziale Interaktion kann beispielsweise nicht innerhalb eines rein kognitiven Prozesses erlernt werden, sondern muss erlebt und geübt werden.

6 Können und Reproduktion darf man bei in der Zukunft zu erfolgenden Ableitungen aus Evaluationen von Service Learning an deutschen Hochschulen nicht anhand herkömmlicher hochschuldidaktischer Maßstäbe gegeneinander aufwiegen. Beiden Kriterien liegen völlig unterschiedliche Lerntheorien zu Grunde. Es gilt diese in ihrer Gesamtheit zu vergleichen. Siehe hierzu Unterscheidung individuelle und globale Bezugsnorm in Reinders 2008: 13.

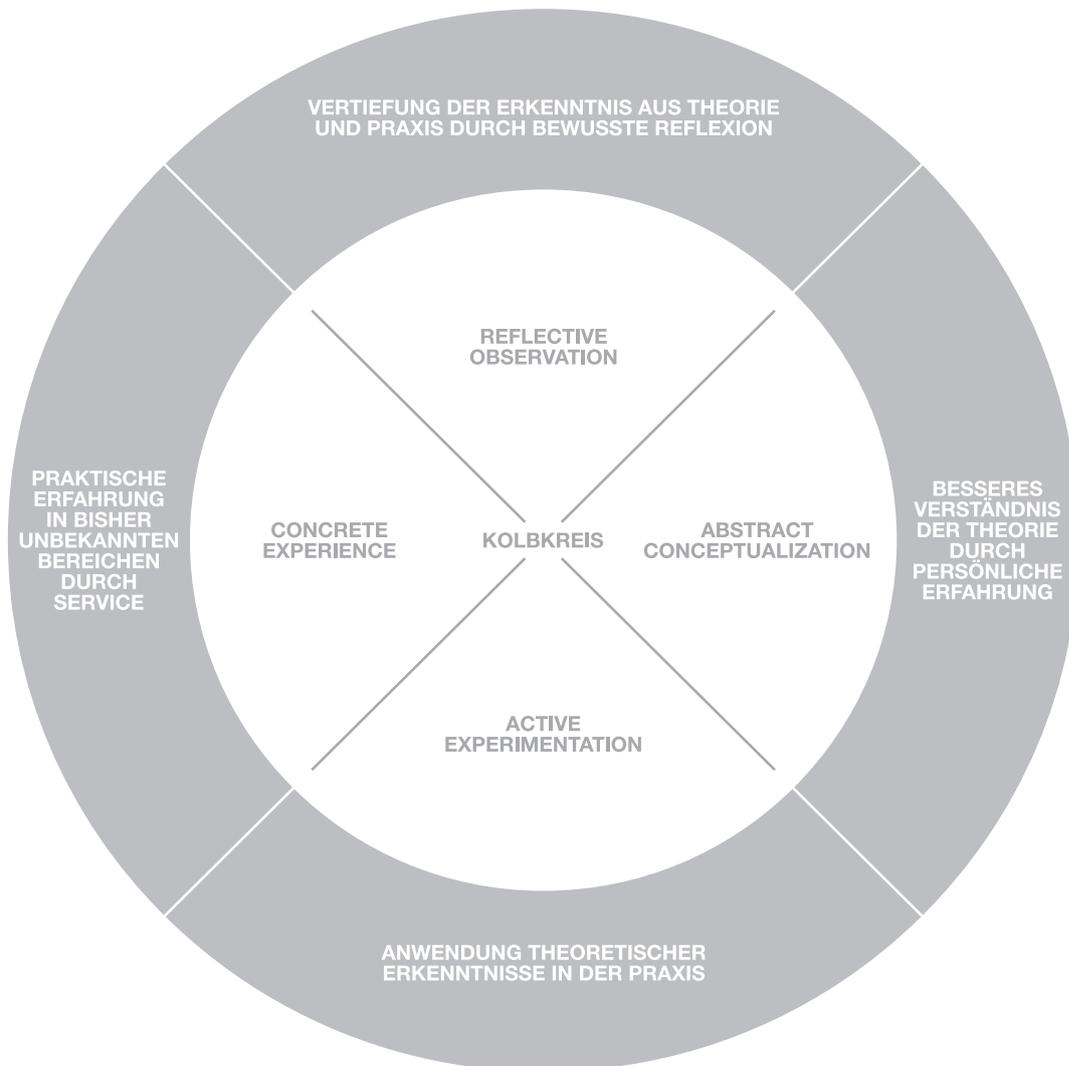


ABBILDUNG 2: THE PROCESS OF EXPERIENTIAL LEARNING  
 (REINMUTH/SASS/LAUBLE 2007: 22 NACH KOLB 1984: 33)

Schließlich gilt: „Alles Leben ist Problemlösen“ (Popper 2004: 257). Die Reorganisation von Wissen macht Problemlösen aus. Das kann im Service Learning trainiert werden. (vgl. Eyler et al. 2001: 1ff.) Um es in den Worten Anne Sliwka<sup>7</sup> wiederzugeben: „Wir könnten die Problemlöser in Deutschland gut gebrauchen“ (Sliwka 2007: 34).

### 2.3 Perspektiven und Nutzen

„[W]hat I find most disturbing [...] is a growing feeling in this country<sup>8</sup> that higher education is [...] a private benefit, not a public good“ (Boyer 1996: 14).

Im Folgenden soll der konkrete Nutzen von Service Learning für einzelne Interessengruppen analysiert werden. Interessengruppen sind einerseits soziale Initiativen bzw. öffentliche Institutionen sowie andererseits Bildungseinrichtungen, in diesem Fall die Universität und ihre Studenten. Die Wirkung der diskutierten hochschuldidaktischen Konzeption auf soziale Initiativen bzw. öffentliche Institutionen sowie auf den Lernenden lässt sich direkt abfragen (vgl. Jaeger/In der Smitten/Grützmacher 2009: 38). Der Nutzen, welcher für die gesellschaftlichen Institutionen entsteht, ist offensichtlich und knapp ausführbar. Die öffentlichen oder privaten „Service-Stellen“, als Katalysator von Engagement, erfahren personelle Unterstützung durch meist hochmotivierte Studenten, die zudem noch kreative Anregungen beisteuern. Gleichzeitig bietet sich so die Möglichkeit die Studierenden „[...] über ihre Tätigkeitsfelder zu informieren und auf ihre Notwendigkeit hinzuweisen“ (Altenschmidt/Miller/Stickdorn 2009: 126).

Was sind die Nutzenperspektiven, welche sich im universitären Rahmen bzw. an der Schnittstelle zwischen Universität und Berufspraxis ergeben? Seit der Bologna Reform gilt es vermehrt, Studierenden Schlüsselqualifikationen anzueignen, damit sie bildlich gesprochen, „wie ein Schlüssel in ein Schloss zu den Anforderungen der Unternehmen passen“. Diese Schlüsselqualifikationen auszubilden, um sogenannte „employability“ (Schaeper 2007: 2) herzustellen, ist auch Aufgabe der jeweiligen Hochschule. Hier sind Überlegungen zur Vermittlung von Schlüsselqualifikationen innerhalb der Hochschullehre notwendig, da sich diese nicht in dem typisch akademischen

---

7 Professor Anne Sliwka hat für die Freudenberg Stiftung im Jahre 2001 erste Service-Learning-Projekte mit Schulen in Deutschland gestartet.

8 Der Autor bezieht sich hier auf die USA. Die Sichtweise lässt sich allerdings auch auf andere westliche Industriestaaten anwenden.

intellektuellen Bereich ansiedeln lassen. „[A]uch emotionale, motivationale und soziale Aspekte, Werthaltungen und Verhaltensdispositionen“ (Schaeper 2004: 4) sind hierfür entscheidend. „Employability“ „impliziert soziale Verantwortung als unverzichtbaren Teil beruflicher Handlungsfähigkeit“ (Küpers 2009: 29). Sozialkompetenz wiederum impliziert „kommunikativ und kooperativ selbst organisiert zum erfolgreichen Realisieren oder Entwickeln von Zielen und Plänen in sozialen Interaktionssituationen zu handeln“ (Kauffeld 2003: 178f.) und zeigt sich unter anderem in Team- und Kommunikationsfähigkeit (vgl. Schaeper 2004: 6). In Leitungsfunktionen bedeutet das, Führen zu können ohne unerwünschte Reaktionen im sozialen Miteinander zu provozieren (vgl. Schaeper 2004: 5; Küpers 2009: 30).

Dem gegenüber steht die Realität: Hochschulabsolventinnen und -absolventen zeigen Defizite im Bezug auf „[...] bereichsunspezifische Sachkompetenzen, personale Kompetenzen und sozial-kommunikative Kompetenzen [...]“ (Schaeper 2004: 47). Innovative hochschuldidaktische Prinzipien, welche „[...] eine Struktur schaffen, die es den Studenten ermöglicht sich diese anzutrainieren“ (Jaeger/In der Smitten/Grützmaier 2009: 31f.), sind daher wünschenswert und für die Universitäten von Interesse. Die Seminarform des Service Learning stellt eine gelungene Umsetzung der in der Bologna-Reform verankerten Forderung an die Universitäten dar, Modelle für den Erwerb von sogenannten beschäftigungsbefähigenden Kompetenzen bereitzustellen. Soziales Engagement führt zu entsprechendem Kompetenzerwerb und kann zu der Ausbildung von Persönlichkeiten beitragen, die in moralischen Entscheidungssituationen angemessen handeln (vgl. Eyler et al. 2001: 1; Schaeper 2004: 23). Projektbezogenes Arbeiten im Rahmen eines Lehrangebots weist zudem einen signifikanten Zusammenhang zum Auftreten eben jener Kompetenzen bei Hochschulabsolventinnen und -absolventen auf (vgl. Schaeper 2004: 30f.)<sup>9</sup>. Die angesprochenen Schlüsselkompetenzen können nicht rein theoretisch vermittelt und erlernt werden und herkömmliche Lehrformen sind daher in diesem Bereich wenig erfolgreich (vgl. Schaeper 2004: 46f.). Service Learning bietet einen integrativen Ansatz für das Erlernen von Schlüsselkompetenzen, da dies nebenbei im Rahmen eines disziplinbasierten, fachbezogenen Seminars geschieht. Integrative Ansätze weisen im Bezug auf den Lernerfolg eine hohe Wirksamkeit auf, was sich letztendlich in einer Anwendung des Erlernen widerspiegelt (vgl. Schaeper 2004: V).

Für die Studenten selbst sind die Vorteile vielschichtig. Zunächst sind dies konkrete Lernerfolge: Es werden persönliche Fortschritte in Kommunikationsfähigkeit im Team sowie mit

---

<sup>9</sup> Projektteams kennzeichnen auch vermehrt heutzutage organisierte Arbeitsformen: „[...] teamorientiertes interdisziplinäres Arbeiten mit flachen Hierarchien bei hoher Eigenständigkeit und -verantwortung [...]“ (Schaeper 2004: III).

den Seminarleitern und Autoritäten außerhalb des Kontexts der Bildungseinrichtung erzielt (vgl. Litzky/Godshalk/Walton-Bongers 2010: 153). Teamfähigkeit, Problemlösungskompetenz, Empathievermögen, Kreativität und Umgang mit Zeitmanagement werden gefördert (vgl. Eyler et al. 2001: 1ff.). Je nach pädagogischer Ausrichtung und Schwerpunktsetzung des Seminars können Service-Learning-Projekte diese Lern-Outputs in unterschiedlichem Ausmaß hervorbringen. Nicht allein im Hinblick auf eine Unterrichtseinheit in der Wirtschafts- und Unternehmensethik erscheint die Ausbildung von „ethischen Kompetenzen“ besonders wichtig, welche sich beispielsweise im Umgang mit Interkulturalität oder mit moralischen Dilemmata sowie allgemein im Erkennen von moralischen Dimensionen ergeben (vgl. Vega 2007: 647) und auf deren Entwicklung Service Learning einen positiven Einfluss hat (vgl. Eyler et al. 2001: 2). Das Engagement mit dem die Studierenden ihre Service-Learning-Projekte durchführen, ermöglicht ihnen zudem Erfahrungen mit Selbstwirksamkeit und ein Erlernen von Erfolgswirksamkeit (vgl. Eyler et al. 2001: 1). Beides bestärkt positives Denken als wichtige intrinsische Motivation zur Beseitigung gesellschaftlicher Missstände. „Service Learning hat also das Potential Vertrauen zu stiften – in die eigenen Fähigkeiten [...]“ (Sliwka 2007: 31). Das Angebot von Service-Learning-Veranstaltungen erleichtert den Studierenden zudem ein eigenes Engagement. Viele von ihnen würden gerne ehrenamtlich für das Gemeinwohl tätig werden, wissen aber nicht, an welche Institution sie sich in ihrer Studienstadt wenden können. Durch Service Learning besteht dafür direkt am Campus nicht nur eine Anlauf- und Auskunftsstelle, sondern auch bereits ein organisatorischer Rahmen. Da auf die eigene Reflexion und die eigenen Interessen der Lernenden in Service-Learning-Projekten sehr viel Wert gelegt und ihnen ein großer Gestaltungsspielraum ermöglicht wird, geben sie auch Orientierung hinsichtlich weiterer Studien- und Berufspläne. Der Besuch eines solchen Projektes während des Bachelorstudiums kann für den weiteren Studienverlauf und die schwerpunktartige Vertiefung bzw. Neuausrichtung bei der Auswahl des Masters hilfreich sein. Service Learning kann durch seine undogmatische Herangehensweise und seine soziale Ausrichtung den sich in der Reifephase der Adoleszenz befindenden Studenten eine moralische Richtlinie für die eigene Einstellung geben (vgl. Altenschmidt 2009: 11). Service Learning verleiht dem Studium und später einem Beruf eine andere, tiefere Sinnhaftigkeit – eine notwendige Ergänzung und Alternative zu reinem Karrierestreben und einer Arbeit zum Selbstzweck des Geldverdienens.

Es bleibt zu analysieren, wem außerhalb der beiden direkt durch Service und Learning betroffenen Interessengruppen die vorgestellte Idee Nutzen stiften kann. Die Universität, als am Staat teilhabende Institution, kann sich durch das praxisorientierte Seminar-konzept und durch

aus ihm hervorgehende gesellschaftlich engagierte Projekte mit ihrer Stadt oder auch der weiteren Region vernetzen. Dadurch zeigt die Hochschule bzw. die entsprechende Fakultät Bewusstsein für soziale Verantwortung, welches sie, neben der Etablierung einer innovativen hochschuldidaktischen Maßnahme, auszeichnet. Sie kann sich gegenüber möglichen Förderern präsentieren und Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Universitäten generieren (vgl. Litzky/Godshalk/Walton-Bongers 2010: 154). Service Learning leistet aber nicht nur einen Beitrag zum Wettbewerbsvorteil von Universitäten, sondern es kann auch helfen, Integrationsproblemen der oftmals zugezogenen Studenten in ihren Studienstädten vorzubeugen. Verbindungen, die zwischen unterschiedlichen Bildungsschichten geschaffen werden, sind wichtig für einen gemeinschaftlichen, gesellschaftlichen Zusammenhalt über alle sozialen Gruppen hinweg (vgl. Sliwka 2007: 29f.).

### ***3. Service Learning an Universitäten***

#### *3.1 Situation in Deutschland*

An deutschen Hochschulen ist Service Learning (noch) nicht Bestandteil eines pädagogischen Konzepts (vgl. Küpers 2009: 35). Vielmehr ist „[...] Service Learning in Deutschland [...] bisher sehr stark an bestimmte Personen gebunden“ (Jaeger/In der Smitten/Grützmaker 2009: 44), sogenannten Change Agents, die sich um die Verbreitung der Hochschullehrmethode bemühen. Eine erste Koordination erfolgt seit 2009 durch das Netzwerk Bildung durch Verantwortung, welchem neun deutsche Universitäten angehören.<sup>10</sup>

Der erste deutsche Hochschullehrer, der Service Learning einsetzte, war der inzwischen emeritierte Pädagogik-Professor, Professor Manfred Hofer an der Universität Mannheim. Er bot 2002 ein erstes derartiges Seminar an. Im Jahre 2003 wurde in Mannheim das Netzwerk CampusAktiv gegründet, welches als Anlaufstelle für das Service-Learning-Angebot an der eigenen Hochschule inklusive der Vernetzung mit der Stadt, verantwortlich ist. Hinzu kommt die „Pionierrolle“, das heißt, CampusAktiv soll auch Werbung für das Konzept machen. Seit 2006 erhält die Universität Mannheim zusätzlich Unterstützung durch die dem Campus angehörende Stelle Service Learning

---

<sup>10</sup> Universität Augsburg, Universität Duisburg-Essen, Universität Erfurt, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Leuphana Universität Lüneburg, Universität Mannheim, Universität Osnabrück, Universität des Saarlandes, Universität Würzburg (Netzwerk Bildung durch Verantwortung).

und Corporate Social Responsibility. Professor Hofer, der weiterhin aktiv ist, indem er Lehrende berät, wurde 2007 zusammen mit den anderen Mitarbeitern von CampusAktiv von der Jimmy und Rosalynn Carter Partnership Award for Campus-Community Collaboration mit einem aus Stiftungsgeldern dotierten Preis ausgezeichnet (vgl. Jaeger/In der Smitten/Grützmaker, 45ff.).

Die Stuttgarter Agentur mehrwert gGmbH – Agentur für Soziales Lernen regt durch ihre Dienstleistung sozialen Austausch als ersten Schritt für sozialen Ausgleich an. Auf der einen Seite befinden sich dabei gesellschaftliche Einrichtungen. Auf der anderen Seite stehen Unternehmen sowie Lehr- und Bildungsinstitute, für die die mehrwert gGmbH Programme anbietet und diese mit ihnen durchführt. Seit 2004 bietet die Stuttgarter Agentur ihr Modell unter dem Namen Do it! in einer auf das universitäre Curriculum zugeschnittenen Form an, die dem Service Learning entspricht. Dabei unterstützt sie auch Dozenten bei ihrer konzeptionellen Arbeit und setzt eigenes Personal als Seminarleiter ein. Eine Zusammenarbeit erfolgt mit der TU Dresden, der Universität Halle-Wittenberg, der Leuphana Universität Lüneburg, der LMU München sowie der EBS in Östlich-Winkel. Die Finanzierung läuft hier, wie bei den meisten umfassenderen Aktivitäten, die Service Learning involvieren, über Stiftungs- und Sponsorengelder<sup>11</sup>. Für die Leistung, welche die mehrwert gGmbH den Universitäten zur Verfügung stellt, erhält sie auch direkte finanzielle Unterstützung durch die Hochschulen.

Neben den Pionieren in Mannheim und den beiden überregionalen Initiativen soll als letztes Beispiel ein Service-Learning-Zentrum vorgestellt werden, das an der Universität Duisburg-Essen existiert. Es ist in dieser Form vermutlich unerlässlich für eine Implementierung des hochschuldidaktischen Konzepts, damit „[...] die entsprechenden Aktivitäten nicht z.B. mit dem Weggang bestimmter Personen enden oder pausieren“ (Jaeger/In der Smitten/Grützmaker 2009: 149).<sup>12</sup> UNIAKTIV gibt dem Service Learning ein Gesicht und trägt die Idee nach außen, ist Anlaufstelle für die Koordination des entsprechenden Seminarangebots an der Hochschule und Vermittlungsstelle zwischen den „Service-Einrichtungen“ der Stadt und der Universität. Dies erleichtert es Dozenten, das innovative Lehrmodell zu erproben. Studierenden, die sich gerne für soziale Belange ihrer Studienstadt engagieren möchten, können sich direkt am Campus beraten lassen, wie sie dieses Bedürfnis in ihren Studienalltag integrieren können. Die Koordinationsstelle existiert seit 2005

---

11 Stiftungen, die sich im Bereich des Service Learning engagieren sind unter anderem die Freudenberg Stiftung sowie die Robert Bosch Stiftung (vgl. Jaeger/In der Smitten/Grützmaker: 44/50).

12 Wie bereits berichtet, gibt es in Mannheim auch ein solches Service-Zentrum: Service Learning und Corporate Social Responsibility, das zu Gründungszeiten noch als CampusAktiv bezeichnet wurde.

und beschäftigt drei wissenschaftliche Mitarbeiter und drei studentische Hilfskräfte (vgl. UNIAK-TIV Duisburg-Essen 2011). Die Finanzierung wurde zunächst durch die Stiftung MERCATOR ermöglicht und erfolgt jetzt durch Studiengebühren sowie Rektoratsmitteln.

### *3.2 Fokus auf die Wirtschaftswissenschaften*

Generell ist bei der Planung eines Service-Learning-Kurses zu überlegen, ob der Anspruch besteht, Lerninhalte zu formulieren, welche sich spezifisch auf einzelne Fachbereiche zuschneiden lassen, oder ein Konzept zu entwickeln, das stark interdisziplinär ausgerichtet ist und ausschließlich allgemeine Schlüsselkompetenzen stärkt. Bei der ersten Variante, dem sogenannten „[d]isziplinbasierte[n] Service Learning“ (Stark 2009: 21) müssen nicht Curricula unterschiedlicher Fakultäten berücksichtigt werden, was den organisatorischen Aufwand verringert. Das Seminar ist in dieser Definition kein sogenanntes Basismodul o.ä., sondern inhaltlich einem oder mehreren Lehrstühlen zuzuordnen, die ihr fachspezifisches Wissen und Kenntnisse innerhalb des Seminars vermitteln wollen. Soziale Kompetenz und andere Soft Skills sind hier zusätzlicher Lern-Output. Dies entspricht dem integrativen Ansatz für die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen. Aufgrund dieses Vorteilsbündels und der Tatsache, dass es sich bei dem in der aktuellen Arbeit vorgestellten Seminar um die disziplinbasierte Variante handelt, liegt der Fokus in den Ausführungen eben auf jener.

Im aktuellen Abschnitt wird der Frage nachgegangen, welche Projekte und Lernziele sich in einer Service-Learning-Veranstaltung innerhalb der Wirtschaftswissenschaften realisieren lassen. Die vorgestellten Teildisziplinen sind allesamt der Betriebswirtschaftslehre zuzuordnen. Die zusammengetragenen Beispiele sollen eine Vorstellung und einen Überblick vermitteln, erheben jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

#### Finanzen

- Finanzberatung Stadtverwaltung (vgl. Stark 2009: 20)
- Finanzberatung durch Schulung in einem entsprechenden Computerprogramm (vgl. Vega 2007: 654)
- Fund-Raising (vgl. Vega 2007: 656)
- Unterstützung von Nonprofit-Organisationen beim Erstellen von Finanzierungsplänen (mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH [Hrsg.] 2009: 32)

## Projektmanagement, Organisation

- Nachmittagsbetreuung (vgl. Vega 2007: 654)

## Supply Chain, Distribution

- Essensausgabe an Bedürftige: „Die Tafel“ (vgl. Vega 2007: 654)

## Marketing

- Entwicklung einer Marketingstrategie für die Produkte von Behindertenwerkstätten der Lebenshilfe (mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH [Hrsg.] 2009: 28)
- Unterstützung von Nonprofit-Organisationen bei der Ausarbeitung von Marketingkonzepten (mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH [Hrsg.] 2009: 32)

## Coaching, Training

- Angebot von Führungs- und Managementtrainingskurse für NGOs (mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH [Hrsg.] 2009: 32)

Abgesehen von den Anwendungsfeldern der Finanzlehre, sollte der Fokus darauf liegen, dass die Studenten ihr Know How für Organisation und Planung einsetzen und vor allem vertiefen können. Daher ist es sowohl für sie selbst als auch für die „Service-Stellen“ wünschenswert, dass sich ihr Einsatz keinesfalls ausschließlich auf die operative Durchführung beschränkt. Besonders im Bereich des Projektmanagements sind die komplexen Anforderungen, welche ein Service-Learning-Kurs an den Studierenden stellt, äußerst lehrreich. Die gesamte Abwicklung und Integration der praxisorientierten „Service-Komponente“ stellt eine organisatorische Herausforderung dar, wie sie den angehenden Managern auch in ihrer beruflichen Tätigkeit begegnen wird. Bei der Bewerbung um zukünftige Stellen können die Absolventen dann bereits auf die Erfahrungen verweisen.

In den Projekten, welche auf das Know How der Studenten der Finanzwissenschaften zurückgreifen, spielen vor allem Beratung und Schulung eine wesentliche Rolle. Beides stellt eine optimale, spezifische Berufsvorbereitung dar und ist für die „Service-Partner“ eine nachhaltige

Form von Unterstützung. Entsprechend der Lernstrategie des Service Learning werden hier erworbene Erkenntnisse verankert. Dass diese neuen Erkenntnisse von den späteren Wirtschafts-subjekten umgesetzt werden, ist darüber hinaus auch für die wirtschaftliche Entwicklung selbst zukunftssträftig. Denn „[r]eflexives Wissen, Nachdenklichkeit ist gefragt, auch und gerade um die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft zu erhalten“ (Zechelin 2000: 3).

Es sollte nun eine Vorstellung von Service Learning an der Hochschule entstanden sein. Das nächste Kapitel stellt ein Seminar vor, welches an der Universität Bayreuth am Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensethik angeboten wird. Eingangs wird kurz für eine Eingliederung der Fachdisziplin Wirtschafts- und Unternehmensethik in die Ausbildung von zukünftigen Verantwortungsträgern appelliert.<sup>13</sup> Darauf aufbauend wird dargelegt, warum dies durch die Lehrmethode des Service Learning optimal geschieht. Es folgen zwei Kapitel, die aufzeigen, welche inhaltlichen und methodischen Besonderheiten das Seminar auszeichnen.

#### ***4. Das Projektseminar Novalux an der Universität Bayreuth***

##### *4.1 Curriculare Einbindung in die Wirtschaftsethik*

„[The] public has a right to expect companies to act as good citizens“ (Vega 2007: 652). Welche Verhaltensmuster und Charaktereigenschaften zeichnen Unternehmer als Good bzw. Corporate Citizens aus? Wie kann man es schaffen, „[...] social responsibility a mainstream activity [...]“ werden zu lassen (Vega 2007: 652)? Es gilt einen „Bewusstseinsmotor“ (Sambauer 2009a) zu starten für einen allumfassenderen, erweiterten Blick auf aktuelle, komplexe Zusammenhänge der Welt. Der Wirtschaftsethikunterricht sollte einen solchen Bewusstseinsmotor in die Köpfe der Studenten implementieren, um reflexionsfähige Führungskräfte und Entscheidungsträger auszubilden, welche Unternehmen für die Gesellschaft managen werden. Wirtschaften kann redefiniert werden, als der heute und zukünftig lebenden Menschheit dienend. Unternehmen als Organisationseinheiten sollten den zuvor erwirtschafteten Nutzen möglichst gerecht an die menschliche Gemeinschaft „zurück“ verteilen. Zukünftige Führungskräfte müssen also mit der kritischen und reflexiven

---

13 Die im aktuellen Unterkapitel aufgelisteten Arbeitsbereiche seien also gedanklich um (Unternehmens- und) Wirtschaftsethik erweitert. Beispiele für die Anwendung im Service-Learning-Unterricht werden in den folgenden Kapiteln entwickelt.

Auseinandersetzung mit den Folgen ihrer Entscheidungen für sämtliche Stakeholder vertraut sein. Die Universitäten haben entsprechende Ressourcen für das Lernen von Reflexionsmethoden.

Wie können sich zukünftige Entscheidungsträger der ethischen Dimension ihres Handelns bewusst werden? Es stellt sich die Frage, inwieweit Wirtschaftsethikunterricht die Einstellung der Studenten beeinflusst und ob nach Absolvierung eines solchen Kurses eine Veränderung im (Entscheidungs-) Verhalten erkennbar wird. Eine US-amerikanische Studie ist dieser Fragestellung nachgegangen und zu dem Ergebnis gekommen, dass dem nicht so ist: „[W]e found no significant impact on students' attitudes toward ethical decision situations as a result of the Business and Society class“ (Wynd/Mager 1989: 489). Die herkömmliche universitäre Standard-Lehrform scheint für einen auf die Praxis ausgerichteten Unterricht in Wirtschafts- und Unternehmensethik nicht angemessen zu sein: „A single course [...] is apparently not enough of an emotional event to change students' attitudes“ (Wynd/Mager 1989: 489f.).

Die Perspektiven des Service Learning hingegen sind vielversprechend. Es bedarf eines „zündenden Moments“, das auch emotional berührt und dadurch zu einem tieferen Verständnis führt, um den „Bewusstseinsmotor“ zu starten. Lernerfahrung ist im Kern individuell, woran sich Konzeption und Methode des Lehrens ausrichten muss (vgl. Fleckenstein 1997: 137). Das geschieht im Service Learning. Der individuelle Einsatz der Studierenden ist hier ausschlaggebend für die Erweiterung ihres Verständnisses durch neu gewonnene Eindrücke, die individualisierte Komponente des Learning. Der Reflexion ist die „Service-Komponente“ vorgelagert, die das Sammeln von Erfahrungen und Eindrücken erst ermöglicht, welches dabei notwendigerweise im sozialen Kontext stattfindet, denn Erfahrungslernen ist sozial definiert (vgl. Dewey 1938; Kolb 1984: 34ff.; Fleckenstein 1997: 140). Für Erfahrungslernen in den Wirtschaftswissenschaften, die eine hohe gesamtgesellschaftliche Bedeutung haben, ist die soziale Komponente sogar besonders wichtig. Beide Komponenten Service und Learning ermöglichen es, innerhalb der Wirtschaftswissenschaften zu einem vertieften Verständnis (Learning) von sozialem Miteinander (Service) zu gelangen. Dies stellt die Basis eines anwendungsorientierten Unterrichts in der Wirtschafts- und Unternehmensethik dar. Service Learning liefert folglich für die Lehre in der Wirtschafts- und Unternehmensethik eine spezifische Ausbildung. Sowohl die didaktische Methode als auch die ökonomische Teildisziplin wollen die Aneignung eines erweiterten Verantwortungsbegriffs stärken und liefern Ansätze für Subjekte und Institutionen – seien dies Universitäten, Unternehmen oder lernende Individuen – sich als Corporate Citizens zu verhalten. Das Erlernen von sozialer Kom-

petenz, welche hierfür von Nöten ist, wird dabei durch die innovative pädagogische Konzeption ermöglicht (vgl. Eyler et al. 2001: 1).

Die wirtschaftswissenschaftliche Disziplin greift in das Zusammenleben der Menschen fundamental ein. Fehlverhalten in der Wirtschaft ist ein Problem, welches es zu lösen gilt. Die Wirtschaftsethik kann als „moralische Instanz“ Zusammenhänge analysieren und Fehlverhalten kritisieren, welches zu ungerechtfertigter Ungleichverteilung von Gütern führt sowie Verbesserungsansätze ausarbeiten. Dadurch wirkt sie positiv auf das Zusammenleben der Menschen ein. Die praktische Umsetzung der Wirtschaftsethik ist also Service und der „Service-Partner“ ist die Gesellschaft als Ganzes, die Nutzen erfährt.<sup>14</sup> Die Studierenden können zum „Bewusstseinsmotor“ für wirtschaftsethisches Handeln werden, der den notwendigen „Brennstoff“ durch ihre akademische Arbeit erhält. Service Learning ist hier Forschung im Dienste der Civic Responsibility.

Der Nutzen von Service-Learning-Projekten für die Wirtschaftsethik als ökonomischer Teildisziplin lässt sich an aktueller Stelle weitergehend spezifizieren und konkretisieren. Was bedeutet eine Erweiterung des Verantwortungsbegriffs für die Festsetzung der Ziele und Fokussierung der Unternehmen?

Unternehmen können durch ihre organisatorische Struktur bzw. Finanzmittel eine Verbesserung von Lebenssituationen erwirken. Das soziale Unternehmertum gewinnt an Bedeutung und stellt ein potentiell Arbeitsfeld von Wirtschaftswissenschaftlern dar. Die Idee, dass die Wirtschaft, abgesehen von finanziellem Wachstum ebenso sozialen (Sach-) Zielen dient, sei den jungen Leuten bereits im Studium zu vermitteln. Service Learning scheint den Anspruch erfüllen zu können (vgl. Wittmer 2004: 363). So erzählt eine US-amerikanische Studentin eines solchen Seminars, der Einsatz in einer unternehmerisch organisierten gemeinnützigen Einrichtung hätte ihr erstmals gezeigt, dass Humankapital aus einer anderen Motivation als der Geldvermehrung heraus bedeutsam werden kann. Mit dieser erarbeiteten Motivation, welche die Studentin als „for the love of it“ (Vega 2007: 657) bezeichnet, können Ziele mit großem positivem Output anvisiert werden. Durch den Einsatz im Service-Projekt, welcher in den allermeisten Fällen eine Verbesserung, wenn auch nur begrenzter Lebensbereiche, bewirkt, erfahren die Studenten, dass sie diese Ziele durch entsprechende Tatkraft und die notwendigen unternehmerischen Kenntnisse umsetzen können.

---

14 Studien zeigen, dass ein verstärktes ethisches Bewusstsein der Wirtschaft durchaus gesellschaftlich erwünscht ist: „84% der Deutschen fordern ein verstärktes CSR-Engagement von Unternehmen, besonders für Wirtschaftsethik [...]“. Das ist eine Charakteristik des Service-Learning-Prinzips, dass die Unterstützungs-Projekte auf den Bedarf der Service-Stellen abgestimmt sind (Fleckenstein 1997: 140).

Diese Erfahrung und dieser Blickwinkel auf Wirtschaften hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Falls sich der Student später tatsächlich für eine Arbeit im Bereich des Social Business entscheidet, hat er durch die im Rahmen seines Wirtschaftsstudiums besuchten Service-Learning-Projekte zudem bereits ein Training in dafür benötigten Arbeitsbereichen wie dem Fund-Raising für die Startup-Phase absolviert (vgl. Wittmer 2004: 363). Ebenso fördert die Teilnahme an Service-Learning-Veranstaltungen die Ausbildung von Kompetenzen im Problemlösen (vgl. Eyler et al. 2001: 4) sowie im positiven Denken durch das Erleben von Selbstwirksamkeit. Diese Fähigkeiten sind für Social Entrepreneurs sehr hilfreich.

Hier lässt sich anknüpfen, dass die Integration von Service Learning in die Lehre der Wirtschaftswissenschaften genau das ermöglicht, welches die Principles for Responsible Management Education (PRME) der UN besagen. Principle 3, die Lehrmethode betreffend, sieht folgende Verpflichtung für die jeweiligen Hochschulen vor: „We will create educational frameworks, materials, processes and environments that enable effective learning experiences for responsible leadership“ (Principles for Responsible Management Education 2011).

Nachfolgend werden anwendungsbezogene Ansätze für Service-Learning-Einheiten in der Wirtschaftsethik skizziert. Die genannten Beispiele stellen Möglichkeiten dar, das didaktische Prinzip umzusetzen und stehen in einem Zusammenhang zu dem im anschließenden Kapitel vorgestellten Praxisseminar.

US-amerikanische Studierende unterstützten im Rahmen ihres Service-Learning-Projekts eine gemeinnützige Initiative und implementierten neben den betriebswirtschaftlichen Basics wie Organisation, Business-Plan und Marketing-Plan zusätzlich einen „code of ethics“ (Vega 2007: 657). Ebenfalls aus den USA stammt ein Beispiel für ein Projekt, in welchem Studenten Senioren in ihrem Wohnheim nach diffizilen moralischen Lebensentscheidungen und den daraus entstandenen persönlichen Folgen befragten. Die Interviews wurden zu einem Film verarbeitet (vgl. Vega 2007: 662). In einem Projektseminar zum Thema Social Entrepreneurship, das im Sommersemester 2011 als interdisziplinäre Veranstaltung an der Universität Augsburg startet, „[...] entwickeln Studierende in Zusammenarbeit mit lokalen Non-Profit Organisationen prototypische Lösungen für soziale Probleme“ (Hochschulnetzwerk Bildung durch Verantwortung 2011). Auch „[d]er Social Change Hub (SCHub) der Leuphana Universität Lüneburg bietet eine zentrale Anlaufstelle für studentisches sozial gesellschaftliches Engagement, [und dessen Vernetzung] basierend auf dem Konzept des Social Entrepreneurship“ (Leuphana Universität Lüneburg 2011). SCHub prägt sich

vorrangig in Beratung und Coaching bei Fragen zu von den Studenten selbst konzipierten Projekten sowie Workshop und Seminarangeboten aus.

Es ist zusammenzufassen, dass Wirtschafts- und Unternehmensethik in heutigen und zukünftigen Gesellschaften notwendig ist und dementsprechend an der Aus-, Weiter- und Fortbildung in diesem Bereich gearbeitet werden muss. Für eine nachhaltige Wirkung dieser Einbindung ist eine individuelle Aneignung von Werten ebenso wichtig wie eine persönliche Reflexion über im sozialen Miteinander gemachte Erfahrungen, die im Rahmen von Service-Learning-Projekten erworben werden können. Begreift man die Wirtschaftsethik als Service für die Gesellschaft, ergibt sich damit ein weiterer Verknüpfungspunkt, der den Einsatz der Lehrmethode begünstigt. Der Schwerpunkt der Seminarform kann dabei sowohl auf dem Service (soziales Miteinander) als auch auf dem Learning (Reflexion) liegen. Entscheidend ist, dass die universitäre Veranstaltung darauf abzielt und das Potenzial hat, die gewünschte Wirkung eines reflektierenden, verantwortungsbewussten Verhaltens zukünftiger Manager und hierdurch eine entsprechende Fokussierung von Unternehmen zu erreichen. Das Bayreuther Konzept des Seminars Novalux baut auf den vorangegangenen Überlegungen auf und wird nun vorgestellt.

#### *4.2 Besonderheiten der Konzeption*

Ein Charakteristikum des Studiengangs Philosophy & Economics an der Universität Bayreuth ist der sogenannte Verzahnungsbereich zwischen Ökonomie und Philosophie. Die zugehörigen Veranstaltungen sind auf eine „[v]erzahrte Behandlung von Problemen an der Schnittstelle Philosophie/Ökonomie“ (Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Philosophy and Economics 2008: 22) fokussiert. Der Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensethik von Prof. Dr. Dr. Alexander Brink bietet innerhalb des Verzahnungsbereichs seit dem Sommersemester 2009 das Seminar Novalux an, in welchem Studenten unter „[...] dezentraler Führung eigenverantwortlich in kleinen Teams arbeiten und forschen. Schwerpunkt der Forschung bilden Unternehmensethik, ethisches Unternehmertum, Nachhaltigkeit und verwandte Gebiete. Das Lehrkonzept ist als Marke zu betrachten, welche hierfür steht, Werte in das Wirtschaftsleben zu verankern“.

Initiiert wurde das Projektseminar von Alexander Brink und Martin Sambauer, der ursprünglich mit Studierenden eine konkrete ethische Produktidee für „Verantwortungseliten“ (Kroeger/Hoekendorf 2009: 19) entwickeln wollte. Der „Bewusstseinsmotor“ sollte also „von oben“ gestartet werden. Die Kurzbeschreibung des Seminars verdeutlicht jedoch, dass die anfängliche

Idee zur Produktentwicklung erweitert wurde, da gerade die weite Fokussierung das Seminar aus didaktischer Perspektive außerordentlich macht. Inwieweit die Veranstaltung dem Service Learning zuzuordnen sei, soll im aktuellen Unterkapitel dargelegt werden. Dabei wird zunächst eine erste Systematisierung des Service-Learning-Angebots in der Lehre dahingehend angestrebt, wie die Komponente des Service in das jeweilige Lehrkonzept integriert wird.

„Service-Learning-Projekte reagieren auf tatsächlich vorhandene Probleme oder Herausforderungen in der Gemeinde, [und] werden in enger Zusammenarbeit zwischen der Hochschule und ihren Partnern in der Gemeinde koordiniert und durchgeführt [...]“ (Sliwka 2007: 32).

Eine im Jahr 2007 durchgeführte Befragung von zehn Service-Learning-Lehrenden an sechs verschiedenen Universitäten sowie 35 Lernenden an drei verschiedenen Universitäten kam zu dem Ergebnis, dass „[a]lle Lehrenden [...] ihre Service-Learning-Projekte im Vorfeld mit gemeinnützigen Einrichtungen [...] geplant [hatten]“ (Holton 2009: 113). Das hochschuldidaktische Verständnis von Service ist also konkret und zweckgerichtet. Gleichzeitig sollte den Lernenden zur Schulung ihrer Problemlösungskompetenzen jedoch größtmöglicher Freiraum geboten werden. Sollte das nicht die Möglichkeit einer alternativen Definition des Service beinhalten? Beispielsweise die einer theoretischen, konzeptionellen Vorarbeit auf abstrakter Ebene?

„[S]ervice-learning, at its roots, is not only concerned with more effective academic learning and greater socio-cultural competence, it is also concerned with ethical concepts such as justice, responsibility, and reciprocity“ (Zlotkowski 1996: 10).

Die moralische Notwendigkeit des Service ist nicht allein dahingehend zu verstehen, der Gesellschaft zu dienen, sondern es sind auch ihre Systeme zu hinterfragen (vgl. Fleckenstein 1997: 138). Novalux begreift sich als Think Tank, welcher den Service bietet, sich mit der gesellschaftlichen Relevanz und Akzeptanz von Unternehmen auseinanderzusetzen und Verantwortungssinn zu stärken. Das Seminar beschränkt sich dabei nicht „[...] auf tatsächlich vorhandene Probleme oder Herausforderungen in der Gemeinde [...]“ (Sliwka 2004: 32). Es werden zukunftsgerichtete, nachhaltige und globale Perspektiven definiert und entwickelt, resultierend aus einer möglichst umfassenden Definition der Ethik, welche in der Wirtschaftsethik diskutiert werden kann. Nachhaltig denkende und lebende

„global citizens“ müssen gewillt sein, intensiv zu reflektieren und Verantwortung zu übernehmen. Das temporäre Mitwirken an Service-Projekten im Rahmen eines Hochschulseesters kann dies kaum bewirken. Zwar werden hierdurch Erfolgserlebnisse ermöglicht, die jedoch bei den Studenten rasch zu einer Genugtuung über das eigene Engagement führen kann. Eine anhaltende Motivation muss sich damit nicht einstellen.

Erst die analytische Fähigkeit zur Kritik hingegen schult systemisches (Um-)Denken und Hinterfragen und erlaubt es, nachhaltig auf gesellschaftliche Missstände einzuwirken. Die Universität als Bildungsstätte bietet den Freiraum für eine Fragekultur, im Sinne einer offenen Entwicklung von Fragen und Fragestellungen. Nicht vordefinierte akademische Herangehensweisen machen wissenschaftliche Exzellenz aus, um Probleme unvoreingenommen zu identifizieren und den Nährboden für Eigeninitiative demokratischer Akteure zu liefern. Novalux macht hier ein positives Angebot, das gerade bei den Studierenden der Philosophie auf hohe Resonanz stößt. Im Zuge des Fragens beschäftigten sich Studierende beispielsweise mit Begriffsdefinitionen von „Elite“ und „Trends“.<sup>15</sup>

Der Grundkonstruktion von Novalux sind kaum Grenzen gesetzt. Je nach Neigung der Lernenden ist eine „Projekt-Erarbeitung“ durch abstraktes Denken oder ein enger Bezug zur Praxis möglich. Beides kann dazu führen, „[...] einen neuartigen Unternehmenstypus [...]“ zu entwerfen, an dem „[...] Unternehmen, Individuum und Gesellschaft [...] gleichermaßen teilhaben“ (Sambauer 2009a). Reflexion stellt den Bezug von Service Learning zur Wirtschaftsethik her und Praxis erweitert das Konzept. Novalux begreift sich dann mit seinem, durch die Arbeit der Studierenden erzeugten Output, als Dienstleistung, welche beispielsweise als Beratung begriffen werden kann. Novalux könnte sich selbst als kleines Unternehmen begreifen und so mit konkreten „Service-Partnern“, wie Unternehmen bzw. Organisationen zusammenarbeiten, welche gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Diese Position kann die Kernthese von und Novalux selbst nach außen sichtbar machen und die Praxispartner als Kanal bzw. Mittler nutzen. Als „Service-Stelle“ kommt beispielsweise jede Art von Organisation in Frage, die an einem analytischen Hinterfragen ihres Handelns interessiert ist bzw. alternative Konzepte wünscht. Ein Beispiel ist die Analyse der moralischen Vorstellungen junger Menschen, um Kriterien zu gewinnen, die die Vergabe von Venture Capital an Social Startups<sup>16</sup> regeln.<sup>17</sup> Novalux kann ebenso fertig ausgearbeitete Produkte

---

15 Siehe hierzu Kroeger/Hoeckendorf 2009 bzw. Burckhardt 2009.

16 Die gewonnenen Kriterien können auch im Rahmen eines Kriterienkatalogs eines ethischen oder sozialen Investmentfonds Anwendung finden (vgl. in diesem Band Meyer/Loev 2013:403f.).

17 Siehe hierzu in diesem Band Meyer/Loev 2013:404.

anbieten, beispielsweise einen Business-Plan für einen ethischen Investmentfonds. Als „Service-Partner“ kämen dementsprechend Investmentbanken, welche im wirtschaftsethischen Bereich engagiert sind, oder Organisationen, die die Vergabe von Venture Capital organisieren, in Frage.<sup>18</sup>

Eine direkte Zusammenarbeit mit Social Entrepreneurs stellt ebenso eine gelungene Alternative dar. Dabei könnte Novalux akademisch-wissenschaftliche Fundierungen, Ideen oder inhaltlich-konzeptionelle Erweiterungen liefern, die aufgrund zu knapper Ressourcen nicht vom Unternehmen selbst erbracht werden können und mit Hilfe derer das Social Enterprise erfolgreicher gegenüber potentiellen bzw. vorhandenen Sponsoren/sozialen Investoren auftreten kann. Novalux hätte somit einen „Service-Partner“, der durch die konzeptionelle Arbeit der Studierenden unterstützt wird und der nicht notwendigerweise in direkter Umgebung lokalisiert sein muss. Konkret könnten das Texte für an Unternehmen gerichtete Newsletter, Presse, Website sein, die die Kernthesen der Organisation auf Basis aktueller Recherche in wissenschaftlichen Publikationen und durch Trendforschung fundieren. Novalux als ein Service-Learning-Seminar, welches in der Wirtschaftsethik angesiedelt ist, sollte diejenigen Bestrebungen mit Konzepten unterstützen, die an einer lebensdienlichen Weltwirtschaft arbeiten sowie sich auf das wirtschaftliche Handeln fokussieren, „[...] dessen Ziele nicht (nur) im monetären Gewinn, sondern in besonderer Weise im gesellschaftlichen Nutzen liegen“ (Leuphana Universität Lüneburg 2011).

Abbildung 3 zeigt die oben erläuterten drei Komponenten von Novalux: Fragekultur (Phase 1), Konzepte (Phase 2) sowie Produkte (Phase 3). Die Grafik ist bei der Implementierung des Seminars entstanden, als es galt, grundlegende Fragestellungen zu analysieren und Ansätze zu



ABBILDUNG 3: 3-PHASEN-MODELL NOVALUX (SAMBAUER 2009 B: 11)

<sup>18</sup> Im aktuellen Semester verfolgt Novalux auch die Idee, als Coach mit der gemeinnützigen Organisation startsocial e.V. zusammenzuarbeiten, die einen „[...] Wissenstransfer [...] in die soziale Projektarbeit hinein“ (Start Social 2011) befördert.

entwerfen. Inzwischen verteilen sich die Arbeitsgruppen, je nach Orientierung der Studierenden bzw. Fortschritt der jeweiligen Projekte überwiegend auf die Phasen 2 und 3. Ebenso werden in einer Tabelle (Abbildung 4) Outputs der Phasen genannt, um Konzept und Arbeitsweise von Novalux zu veranschaulichen bzw. verdeutlichen.

	THEMATISCHER OUTPUT	LEBENSZYKLUS NOVALUX (START SS 2009)
PHASE 1	ESSAYS: „TRENDS“, „ELITE“	SS 2009
PHASE 2	KONZEPTIONIERUNG EINER „ETHISCHEN ZERTIFIZIERUNG“	WS 2009 – WS 2010+
PHASE 3	BUSINESSPLAN ETHISCHER INVESTMENTFONDS	WS 2010

ABBILDUNG 4: ARBEITSERGEBNISSE DEN JEWEILIGEN PHASEN ZUGEORDNET  
(EIGENE DARSTELLUNG)

Die Besonderheiten der Konzeption von Novalux seien zum Kapitelabschluss nochmals herausgestellt:

1. *Freiraum und Fragekultur*: Novalux begreift sich als wirtschaftsethischen „Service-Think Tank“, ohne dabei den Service regional oder projektbezogen einzugrenzen. Durch diese weite Fokussierung können die Studierenden die der Wirtschaftsethik eigenen Komponente des analytischen Hinterfragens optimal schulen und somit den für sie als zukünftige Akteure in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie für die Gesellschaft wichtigen Verantwortungssinn ausbilden. Der durch die Konzeptionierung des Seminars vorgegebene Freiraum, der sich in dem Drei-Phasen-Modell widerspiegelt, stärkt insbesondere Verantwortungsübernahme, Problemlösungskompetenzen und „[...] das Erkennen von neuen Wegen, um Veränderungen zu bewirken“ (Pauli 2010: 20). Isolierte Beschäftigung mit nur einem Thema oder Projekt ist schlichtweg ungenügend für die Ausbildung und Bildung angesichts der Komplexität der Welt (vgl. Pauli 2010: 20).

2. *Umgang mit Wissen*: Die Studenten sollen zu verantwortungsvollen Akteuren ausgebildet werden, die Probleme erkennen und lernen, Strukturen zu verändern. Hier sind zunächst Reflexion und analytisch-kritisches Hinterfragen gefordert. Nicht das Generieren von neuem Wissen hilft da allein weiter, sondern das Erkennen von Zusammenhängen. Innerhalb der abstrakt-theoretisch ausgerichteten Phase 1 der Modellierung von Novalux lernen die Studenten genau das.

3. *Wirtschaftsethik als Service für die Wirtschaft – Gesellschaft – Individuum*: Weiter ist hervorzuheben, dass Novalux disziplinbasiert arbeitet, d.h. Engagement im eigenen Fachbereich, den Wirtschaftswissenschaften übernimmt. Auch hierin findet sich ein Unterschied zu anderen

Konzepten, die beispielsweise in Kapitel 3.3 vorgestellt wurden. Nicht nur suchen die Teilnehmer von Novalux gesellschaftliche Lösungen, die sie aufgrund ihres fachspezifischen Wissens entwickeln, sondern sie suchen sich auch mögliche „Service-Partner“ aus dem Wirtschaftsleben, indem sie eben „[...] gesellschaftlich relevante Themen für Unternehmen erarbeiten“ (Philosophy & Economics 2011). Das ermöglicht bei den Studenten tiefere Effekte und Motivationen, da es ihr voraussichtlich späteres Arbeitsfeld betrifft. Ein Student der Wirtschaftswissenschaften zum Beispiel, der die Stadtverwaltung finanziell berät, betrachtet seinen Einsatz vermutlich als temporär und sieht seine beruflichen Vorstellungen vielleicht eher in der Finanzbranche. Durch seinen Service-Learning-Einsatz hat er so keine Möglichkeiten kennengelernt, direkt in dem von ihm gewünschten Arbeitsbereich Verantwortung zu übernehmen. Die Konzepte bzw. Produkte von Novalux jedoch zeigen durch die Beschäftigung mit ethischen Investment und sozialem Unternehmertum Alternativen auf, die er auf jeden Fall später nutzen kann.

4. *Marke Novalux*: „Das Lehrkonzept ist als Marke zu betrachten [...]“ (Zentraldokument Novalux 2011), als ein „Unternehmenstypus“ (Sambauer 2009a). Diese Konzeptionierung der universitären Veranstaltung hebt die Praxisrelevanz des Seminars besonders hervor. Zwar befinden sich die Teilnehmer noch im Studium, das Konzept des Seminars lässt sich jedoch ebenso auf ein zukunftsrelevantes Berufsfeld ausweiten, was Interesse und Motivation bei den Studierenden und somit den Lernerfolg steigert. Zudem lernen die Studierenden die relevanten Aspekte kennen, die es bei einer Unternehmensgründung zu beachten gibt (vgl. Rohrmann 2009: 25)<sup>19</sup>, wodurch ihnen auch die Zukunftsperspektive von Selbständigkeit angeboten wird. Besonders für das Lehrangebot des Service Learning eignet es sich, ein entsprechendes Praxisseminar als Marke oder Beratungsunternehmen zu labeln. Die nachhaltige Wirkung eines anhaltenden Engagements der Studenten kann somit verstärkt werden, da kein „Cut“ nach Studienende entsteht: Die Markenidee lässt sich auch in die spätere Berufstätigkeit implementieren.

5. *Erleichterter Einstieg*: Ein weiterer Vorzug von Novalux als Service-Learning-Seminar ist, dass die Annäherung an Service Learning über die wirtschaftswissenschaftliche Teildisziplin der Wirtschaftsethik, innerhalb deren Rahmen das Seminar angeboten wird, den Einstieg erleichtern kann. Dies resultiert aus der in Kapitel 4.1 dargelegten Parallele zwischen den Lernzielen in Service Learning und der wirtschaftswissenschaftlichen Teildisziplin hinsichtlich ethischer Grundsätze.

---

<sup>19</sup> Beispielsweise gab Martin Sambauer zusammen mit zwei Studentinnen einen Workshop im Rahmen der Bayreuther Dialoge 2010, der von Novalux als offizielle Marke angeboten wurde (<http://www.bayreuther-dialoge.de/Dialoge10/inhalt/workshops.htm>; abgerufen am 08.06.2012).

Die konzeptionellen Alleinstellungsmerkmale finden sich umgesetzt in der methodischen Gestaltung, die im nächsten Kapitel dargestellt wird, wieder. Orientierung bieten hierfür zusätzlich die allgemein gefassten Inhaltspunkte des Kapitels 3.2 Umsetzung eines Service-Learning-Seminars.

#### *4.3 Methodische Gestaltung*

Die Kommunikation der Lernziele von Novalux als universitärem Lehrangebot muss zu Beginn erfolgen. Sie definieren sich über eine Identifikation mit den Kerngedanken von Novalux und den daraus resultierenden Kompetenzzugewinnen, welche zu Semesterbeginn erläutert werden. Sie bestehen in der offenen Fragekultur, dem Umgang mit Wissen, der Verantwortungsübernahme sowie inhaltlich den in der Wirtschafts- und Unternehmensethik angesiedelten Themen. Das Anerkennen der Leitprinzipien sollte sich motivierend auf die Studenten auswirken.

„Wir kreieren nicht nur ein Produkt (das noch nicht fertig ist), sondern wir haben schon ein Produkt: Forschung bzw. Forschungsergebnisse. Diese Sichtweise finde ich darüber hinaus auch motivierender, da die Forschung so nicht nur Mittel, sondern auch Zweck sein darf“ (Victor Strauß, studentischer Seminarteilnehmer).

Um das Prinzip des größtmöglichen Freiraums für die Studenten umzusetzen, werden die Studierenden mit dem Konzeptpapier Novalux Seminarstruktur vertraut gemacht, welches die Bandbreite der Themenfelder – formuliert als Fragen – für Ansätze zur gesellschaftlichen Veränderung aufzeigt. Diese Darstellung der Seminarstruktur verdeutlicht nicht nur die inhaltlichen Themen, sondern ordnet sie auch der abstrakten bzw. operativen Ebene unter. Die Studierenden werden angehalten, sich eine Aufgabenstellung zu suchen und sie dann mit Hilfe von anregender und frequentierter Unterstützung durch das gesamte Seminar-Team zu lösen. Wie kann der einmal gezündete „Bewusstseinsmotor“ durch regelmäßigen Input am Laufen gehalten werden? Das ist die pädagogische Herausforderung für die Seminarleiter Alexander Brink sowie David Rohrmann. Zusätzlich werden die Arbeitsprozesse der Kursteilnehmer von Martin Sambauer als externem Partner flankiert. Die drei „Anlaufstellen“ bieten den Studenten umfangreiche Anregungen: Akademisches Wissen zu Unternehmensethik ebenso wie Expertise aus der Öffentlichkeitsarbeit bzw. Beratung.

Die Studierenden überlegen sich systematische und kreative Herangehensweisen für ein Hinterfragen der Basiskonstruktionen unserer Wirtschaftsordnung. So werden kleine Schritte

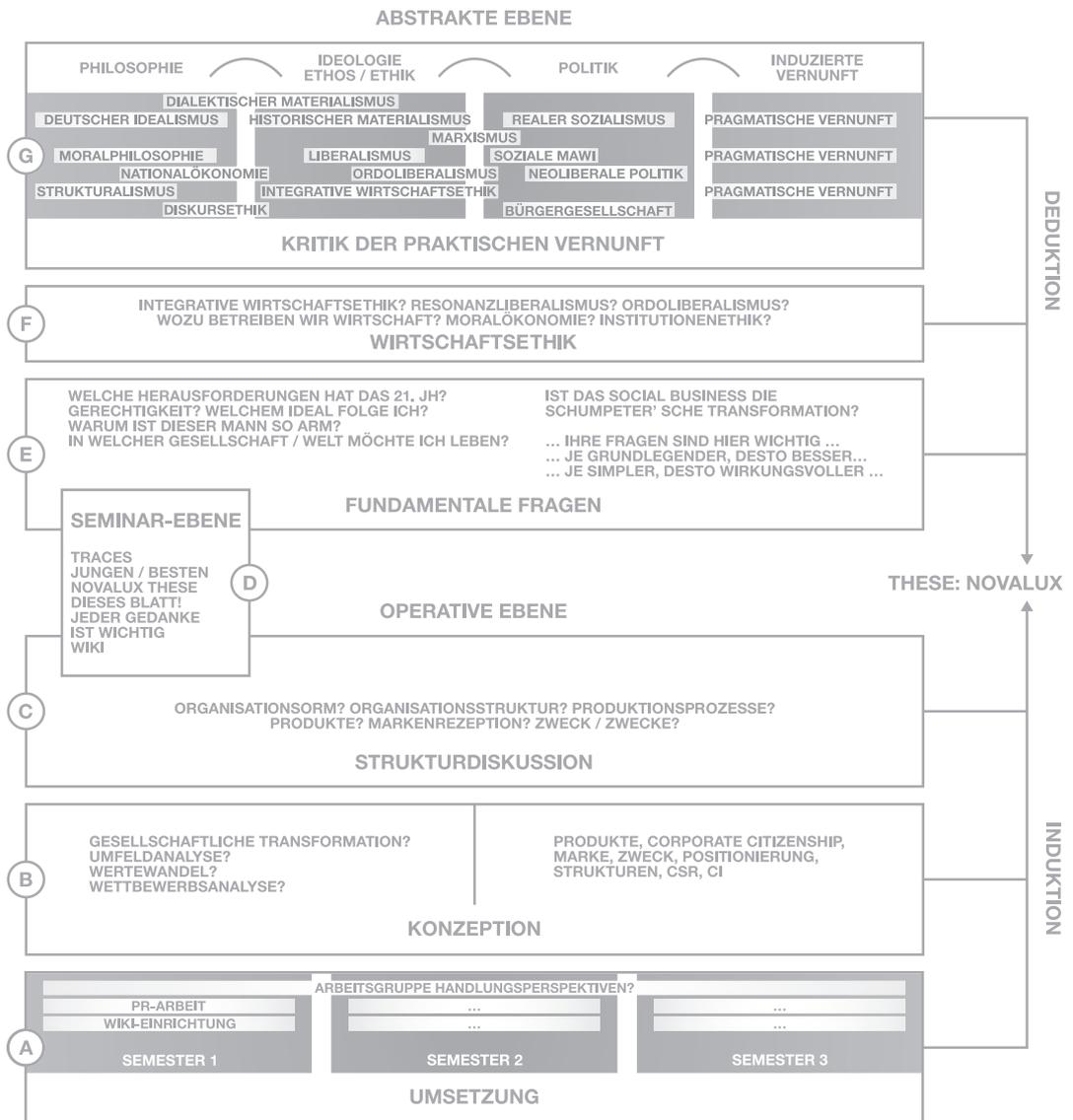


ABBILDUNG 5: NOVALUX SEMINARSTRUKTUR (VGL. SAMBAUER 2009C)

gemacht und Zusammenhänge offengelegt, welche zur Moralisierung der Märkte beitragen können. Die ca. 15 Teilnehmer pro Semester bilden verschiedene Projektgruppen, die entweder ein Thema des letzten Semesters fortsetzen oder eine eigene Herangehensweise wählen. Die Projektthemen sind weder durch einen von den Dozierenden erstellten Katalog, noch durch Vorgaben für deren Umsetzung festgelegt. So können sie durch ein Brainstorming in einer gemeinsamen Sitzung aller Teilnehmer am Anfang des jeweiligen Semesters entstehen. Die Zuteilung der Studierenden zu den Gruppen erfolgt ebenso nach freier Wahl. Für das Erzeugen vergleichbarer Outputs sollten die Projektgruppen allerdings in etwa gleich groß sein und beispielsweise kein Studierender alleine arbeiten. Idealerweise gäbe es also bei 15 Teilnehmern fünf Gruppen mit je drei Personen. Die Dozierenden notieren sich für jede Gruppe einen Ansprechpartner. Dieser übernimmt dann auch mehr Verantwortung. Er hat die Aufgabe, für den Fall dass die Gruppe nicht ausreichend Selbstorganisation und Eigeninitiative zeigt, die Team-Arbeit voranzubringen und organisiert den Austausch bzw. die Treffen.

Die Präsenzphasen sind innerhalb der universitären Veranstaltung wöchentlich halbstündig zu geregelten Zeiten im Sprechstundenmodus. Jedes Team wird individuell von den Seminarleitern beraten. So haben die Lernenden die Möglichkeit, jeweils spezifischen Input von ihnen in Anspruch zu nehmen. Professor Alexander Brink und David Rohrmann lehren in Bayreuth und können dort in ihrem Büro persönlich kontaktiert werden. Mit Martin Sambauer kommunizieren die Studenten über Skype. Einmal im Monat gibt es eine Vollversammlung aller Beteiligten, an der auch Martin Sambauer persönlich anwesend ist. Ablauf und Kommunikation muss im Rahmen der Zusammenkünfte der Seminarleiter und Studierenden lediglich bei den Vollversammlungen mit allen Teilnehmern von den Kursleitern angeleitet werden. Jede Arbeitsgruppe berichtet, wenn es angemessen ist, in Form einer kurzen Power Point Präsentation, vom „Status Quo“ ihres Projekts und von möglichen Problemen, welche am Fortschritt hindern. Daran anschließend sind alle Anwesenden angehalten, Verantwortung für die im Raum stehenden Probleme zu übernehmen und ihre Problemlösungskompetenzen zu trainieren, indem sie konstruktive Gedanken beisteuern. Auch hier zeigt sich der Ansatz zur Entwicklung sozialer Kompetenz in Form kooperativer Team-Arbeit. Für die gemeinsame Kommunikation innerhalb der horizontal organisierten Struktur des Projektseminars bietet sich ein Sitzkreis an, um soziale Nähe zu erzeugen und Ungleichgewicht zu vermeiden. So werden die Bedingungen dafür geschaffen, möglichst viele Ideen zu generieren, sie zu framen, auszutauschen und neue Verknüpfungspunkte herzustellen. Das Leitprinzip eines modernen Weges der Wissensvermittlung, in dem eben keine trennscharfe Linie zwischen der

Person des Wissensvermittlers und der des -rezipienten gezogen wird, kann so optimal transportiert werden. Spätestens am Ende des Treffens sollte der Output schriftlich festgehalten werden. Für diesen Zweck eignet sich beispielsweise ein Tafelbild. Zusätzlich protokollieren die Studierenden eigenständig.

Die Seminarbeschreibung von Novalux gibt als Fahrplan per se Hinterfragen und Reflektieren an. Dies regt auch das Reflektieren über den Fortschritt innerhalb des Seminars an. Hierfür wurde im Wintersemester 2010/2011 ein externer Kommunikationsberater vom innokom Research Center Science and Innovationskommunikation Berlin zu einem Workshop eingeladen, um mit kreativen Methoden<sup>20</sup> die Kernthesen des Seminars mit den Teilnehmern herauszuarbeiten und sie, als Vorbereitung für die Wirksamkeit nach außen, zunächst intern zu kommunizieren. Die Zusammenarbeit mit Beratern verdeutlicht zudem die Konzeptionierung des Seminars als „Unternehmenstypus“ und kann aufgrund der zukünftigen Praxisrelevanz für die Studierenden zusätzliche Motivation darstellen. Ende des Wintersemesters 2010/2011 wurde den Studierenden ein ganztägiger Workshop mit der Mitgründerin der Beratung 1492.// GmbH angeboten, an dem viele der Studenten teilnahmen. Hier ging es um Kompetenz- und Persönlichkeitsbildung, die für einen „Unternehmenstypus“ wie Novalux und insbesondere für den eigenen Werdegang hilfreich sind und die innerhalb eines Service-Learning-Seminars als Lernziele postuliert werden sollten.

Innerhalb der Service-Learning-Veranstaltung Novalux sollen Konzepte anhand von Analysen erarbeitet werden. Das Framen der vielen Ideen der Seminarteilnehmer zur Entwicklung konkreter Arbeitsziele für die einzelnen Projektgruppen ist hierfür wichtig. Ein Ziel kann beispielsweise eine Seminararbeit sein, die von den Studierenden am Ende des Semesters auf Basis der innerhalb der Veranstaltung entwickelten Überlegungen und Analysen angefertigt und von den Dozenten benotet wird. Eine Seminararbeit bündelt mehrere Vorteile. Sie konkretisiert den Output des Seminars sowohl für die Studierenden, als auch für die Dozenten. Das Reflektieren über Gegebenheiten in der Wirtschaftswelt auf Basis philosophischer Grundlagen und Überlegungen, das ein Lernziel des Seminars ist, kann zudem durch das Verfassen von Seminararbeiten konkretisiert und elaboriert werden. Innerhalb der Prüfungsordnung des Studiengangs Philosophy & Economics findet ein angefertigtes Paper im Rahmen eines Seminars im Verzahnungsbereich zwischen Philosophie und Wirtschaft, zu welchem Novalux gehört, mit acht Credit Points Eingang in das Konto der Studierenden.<sup>21</sup> Das Verfassen eines Papers ist zwar zeitaufwendig, jedoch stellt es sicherlich einen Anreiz

20 Beispielsweise durch assoziatives Herleiten der Seminarinhalte „durch die Brille“ aller fünf Sinne.

21 Im Masterprogramm sieht die Prüfungsordnung zehn CPs vor.

für die Studierenden dar, sich die Anfertigung im Team aufteilen zu können. Der Mehraufwand, den ein Service-Learning-Kurs wie Novalux für die Studenten bedeutet, wird mit der innerhalb der Prüfungsordnung höchst möglichen Punktzahl, entlohnt. Zudem bestünde die Möglichkeit als Anreiz und „Entschädigung“ für den Mehraufwand, den „die ‚intensive Projektarbeit‘, (Alten Schmidt/Miller/Stickdorn 2009: 124) erfordert, den Studenten ein Service-Learning-Zertifikat auszuhändigen, in welchem „[a]lle erlernten fachlichen, [...] sozialen und persönlichen Kompetenzen [...]“ (Baltes/Reinmuth/Saß 2007: 166) erwähnt werden.

Da ein Semester meist zu kurz ist, um – nach der Analyse und Ausarbeitung von Konzepten – noch in einer dritten Phase Produkte hervorzubringen, muss zudem garantiert werden, dass die Seminarteilnehmer der folgenden Semester, welche weiter an einem Thema bzw. Projekt arbeiten, entsprechende Anknüpfungspunkte erhalten. In den Papers sollten daher entsprechende Ausblicke bzw. Vorschläge für Themenerweiterungen formuliert, sogenannte Traces gelegt werden. Sie erlauben die langfristige und nachhaltige Perspektive des Seminars, wodurch dem für die Wirtschaftsethik typischen Miteinbeziehen der langen Frist Rechnung getragen wird. Zusätzlich gibt es ein Zentraldokument über das Projekt, welches die Beiträge der ehemaligen und aktuellen Teams strukturiert bündelt und ständig überarbeitet wird. Es dient der Information der aktuellen Seminarteilnehmer sowie zukünftiger Interessenten und erschafft gleichzeitig externen Partnern Einblick. Das Zentraldokument funktioniert ähnlich einem Wiki, es befindet sich im ständigen Prozess. Traces und Zentraldokument sind gedanklich dem Open Source-Ansatz zuzuordnen, der einen anwenderfreundlicheren Umgang mit Wissen postuliert und unbegrenzten Wissensaustausch erlaubt. Dadurch wird Raum für den Einbezug der Expertise dritter geschaffen. Dies führt die Umsetzung der in Novalux etablierten Fragekultur fort.

Mit der Media Design Hochschule in München, die an einem Corporate Design für Novalux gearbeitet hat, bestand eine Kooperation bestanden. Hier gibt es Bemühungen, die Zusammenarbeit unabhängig vom Semesterturnus aufrechtzuerhalten. Es ist wichtig, dass Forschungsergebnisse nach außen kommuniziert werden. Nur so wird man dem Open Source-Ansatz gerecht und informiert die Gesellschaft über die Kernthese von Novalux, wodurch sie Service erlebt. „Deshalb sollte der Schwerpunkt weniger auf dem Versuch basieren, eine Innovation zu finden, die auf völlig neuem Wissen aufbaut, sondern auf der effizienteren Verarbeitung des bereits angesammelten Wissens“ (Burckhardt 2009: 6). Die Sichtbarkeit nach außen soll eine Homepage garantieren, für die zukünftig allerdings noch eine Möglichkeit der regelmäßigen Aktualisierung gefunden werden muss. Ebenso teilt Novalux aktuelle Information, die das wirtschaftsethische Bewusstsein anregen,

## SERVICE LEARNING ZERTIFIKAT



PETRA MUSTERMANN

GEBOREN AM \_\_\_\_\_ IN \_\_\_\_\_ STUDIENFACH:

HAT AN DER SERVICE-LEARNING-VERANSTALTUNG

NOVALUX (PROFESSOR ALEXANDER BRINK, LEHRSTUHL FÜR WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK) ERFOLGREICH TEILGENOMMEN UND SICH IN DEM PROJEKT \_\_\_\_\_ ENGAGIERT.

SERVICE LEARNING IST EINE LEHRFORM, DIE WISSENSCHAFTLICHE INHALTE MIT PROJEKTARBEIT UND SOZIALEM ENGAGEMENT VERKNÜPFT. SO WIRD SOZIALE UND POLITISCHE PARTIZIPATION VON STUDIERENDEN MIT DER VERMITTLUNG FACHLICHER EXZELLENZ VERBUNDEN. IM RAHMEN DES SEMINARS SETZEN SICH DIE STUDIERENDEN MIT DER KONSTRUKTION EINER WIRTSCHAFTSETHISCHEN MARKE AUSEINANDER.

DIE TÄTIGKEITEN IM RAHMEN DES PROJEKTS UMFASSTEN BEI PETRA MUSTERMANN:

- ...
- ...
- ...

FRAU MUSTERMANN HAT SICH BEI DER AUSFÜHRUNG DIESER TÄTIGKEIT DURCH HOHE ZUVERLÄSSIGKEIT UND AUSDAUER AUCH IN SCHWIERIGEN SITUATIONEN AUSGEZEICHNET. SIE ENGAGIERTE SICH ÜBER DAS GEFORDERTE MASS HINAUS UND BRACHTE VIELE KREATIVE IDEEN EIN. SIE FÜGTE SICH REIBUNGSLOS UND PRODUKTIV IN DIE ARBEITSGRUPPE EIN. ALLE ANFORDERUNGEN WURDEN STETS ZUR VOLLSTEN ZUFRIEDENHEIT ERFÜLLT. WIR BEDANKEN UNS FÜR DAS GEZEIGTE ENGAGEMENT UND WÜNSCHEN IHR FÜR IHRE ZUKUNFT ALLES GUTE.

\_\_\_\_\_  
(UNTERSCHRIFT DOZENT)

\_\_\_\_\_  
(UNTERSCHRIFT „SERVICE-PARTNER“)

ABBILDUNG 6: SERVICE LEARNING ZERTIFIKAT (EIGENE DARSTELLUNG IN ANLEHNUNG AN BALTES/REINMUTH/SAB 2007: 165)

im Rahmen von Social Media und hat daher eine Seite auf Facebook eingerichtet.<sup>22</sup> Des Weiteren wird im nächsten Jahr zu und über die Konzepte von Novalux eine Publikation erscheinen, in der Essays von Seminarleitern sowie Seminararbeiten von Studierenden veröffentlicht werden. Für das Zusammenstellen der Publikationsbeiträge sowie Pflege und Aktualisierung des Zentraldokuments hat sich innerhalb des Seminars ein Projektteam verantwortlich erklärt. Als interne Kommunikationsplattform dient ein Internetforum, welches den Vorteil bietet, Informationen thematisch strukturiert herauszugeben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die offene Fragekultur und die Fokussierung auf die Organisation von Wissen als konzeptionelle Besonderheiten von Novalux in der Umsetzung des Seminarprojekts widerspiegeln. Die Studierenden organisieren sich weitestgehend eigenverantwortlich in Projektgruppen und überlegen sich auch ihre Arbeitsthemen frei. Die Dozierenden begleiten die Studenten als Berater. Zentraldokument, Traces sowie verschiedenste mediale Nutzung zur Innen- und Außenkommunikation transportieren und vernetzen entstandene und weiterentwickelte Ideen, wodurch auch der Service des Seminars sichtbar wird. Zusätzlich wird hierdurch unterstrichen, dass es sich bei Novalux um eine Marke, einen „Unternehmenstypus“ handelt. Abschließend erfolgt eine kritische Würdigung, auf deren Basis Handlungsempfehlungen genannt werden. Ebenso wird dem Aspekt der Wirkungsanalyse im Schlusskapitel nachgegangen.

## **5. Schluss**

Evaluierung von deutschen Service-Learning-Aktivitäten an Hochschulen oder deren Umsetzung sind noch kein fester Bestandteil der Forschung, was sicherlich auf die „Pilot-Stufe“ des Seminarprojekts zurück zu führen ist (vgl. Jaeger/In der Smitten/Grützmacher 2009: 37).<sup>23</sup> Gerade läuft dazu im Auftrag der Robert Bosch Stiftung und der mehrwert gGmbH – Agentur für soziales Lernen eine bundesweite Befragung an Hochschulen. Disziplinbasierte Best Practice-Modelle für die einzelnen Fachbereiche wären also wünschenswert. Ebenso ein erfolgreicher Marketing des hochschuldidaktischen Konzepts, welches die für die Hochschullehre Verantwortlichen erreicht (Seifer/Connors 2007: 6). Fundierte Evaluierungsergebnisse lassen sich mit steigender Proban-

---

22 <http://www.facebook.com/pages/Novalux/102088186530500> (abgerufen am: 01.07.2012).

23 Analog zu wirtschafts- und unternehmensethischer Aktivität lässt sich zudem die nachhaltige Wirkung von Engagement auf den Menschen und die von ihm geschaffenen Unternehmensstrukturen und -kulturen schwer anhand von Zahlen messen.

denanzahl besser erreichen. Gleichzeitig scheuen sich viele davor, mit der neuen Lernstrategie zu experimentieren solange es in der Forschung über Qualitätskontrollen wenig zu finden gibt. Aus diesem Grund ergeht der Appell, alle Service-Learning-Aktivitäten an deutschen Universitäten zu evaluieren. Dies kann durch einen Fragebogen zum Ende des Semesters geschehen, der die Einschätzungen der Beteiligten erfasst.<sup>24</sup> Universitäre Fakultäten werden in erster Linie an der Anzahl ihrer relevanten Forschungsveröffentlichungen beurteilt. Wie kann sich also ein Change Agent positionieren, der an die Hochschulen appellieren möchte, sich mehr um die Ausbildung von Soft Skills zu kümmern und ein Service-Learning-Angebot bereitzustellen? Hier seien Ideen zu sammeln und Vorlagen auszuarbeiten, um den Gedanken des Service Learning ansprechend zu transportieren (vgl. Kolenko et al. 1996: 140). Die Akzeptanz bei Fakultäten und Dozenten, das innovative Seminarkonzept einzusetzen, ist relativ gering aufgrund von Angst vor Zeitverlusten sowie von Personalmangel.

Service Learning sollte als hochschuldidaktische Chance begriffen werden und als Institution an der Universität implementiert werden. Alle, die an der Hochschule lehren, sollten von ihr lernen, alle, die sich um administrative oder technische Angelegenheiten kümmern, sollten von ihr Kenntnis haben und bei ihrer Integration mitwirken (vgl. Kolenko et al. 1996: 142). Konkrete Schwierigkeiten bei der Umsetzung des Konzepts können bei der Frage der Finanzierung entstehen. Möglich ist eine Anschubfinanzierung durch Stiftungen,<sup>25</sup> wie bereits vereinzelt geschehen. Besteht die „Service-Komponente“ aus Konzeptionsarbeit, wie im Bayreuther Beispiel, spielen benötigte finanzielle Mittel zunächst keine Rolle. In der nächsten Phase einer Produktentwicklung würden entsprechende Lösungsvorschläge zum Tragen kommen. Da sich Novalux auf der Schwelle zur nächsten, produktorientierten Phase befindet, wäre es ratsam, bereits jetzt Informationen über Finanzierungsalternativen einzuholen, zumal Stiftungsanträge recht zeitintensiv sein können. Grundsätzlich müssten noch die Zuständigkeiten geklärt werden. Sollte Service Learning ein schriftlich festgehaltener Bestandteil der Hochschullehre werden, dann sollten die Hochschulen für mögliche Mehrkosten beispielsweise in Form von personellen Kosten durch das Einrichten einer Anlauf- und Koordinationsstelle aufkommen. Erlernen von Engagement sollte nicht durch finanzielle Barrieren entwertet werden. Gut zu überlegen ist ebenso die Alternative, die Finanzierung über Studiengebühren laufen zu lassen. Zwar findet das Seminarkonzept bei vielen Studenten sicherlich

---

24 Vgl. Altenschmidt/Miller/Stickdorn 2009.

25 Stiftungen, die sich dahingehend engagieren sind z.B.: Freudenberg-Stiftung, Robert-Bosch-Stiftung, Stiftung MERCATOR, Stifterverband für die deutsche Wissenschaft.

Anklang und sie sähen ihr Geld in sinnvoller Verwendung. Allerdings gibt es auch berechtigten Einwand, warum für ehrenamtliche Betätigung am Studienort zu zahlen sei.

Auch gilt es hier den Umgang mit dem Begriff der Freiwilligkeit zu klären – zunächst konkret im Rahmen des jeweiligen studiengangspezifischen Curriculums. Eine verpflichtende Belegung der Service-Learning-Seminare, ähnlich der in der Bologna Reform verankerten Basismodule zum Erwerb von Schlüsselkompetenzen, liegt trotz deren, im Vergleich zu letzter genannten, höherer Effizienz in weiter Ferne. Auch stellt sich die Frage, ob das lernpsychologisch überhaupt erwünscht wäre. Gerade weil die Seminarform die Eigeninitiative der Lernenden fordert und fördert, sollte dieses Lernen in einer freien Atmosphäre stattfinden. Im optimalen Fall lernen die Studierenden, sich für soziale Aspekte zu engagieren und führen ihre Bereitschaft danach auch ohne den bindenden institutionellen Rahmen fort. Erst das macht Hochschullehre letztendlich nachhaltig. Es gilt also, Freiräume zu schaffen, so früh als möglich. Eventuell könnte noch eine Befragung erfolgen, inwieweit die Freiwilligkeit bei den Studenten vorhanden ist, die effiziente, praxisbezogene und innovative Lehrform zu wählen. Abschließend werden einzelne konkrete Vorschläge für das Bayreuther Beispiel gemacht, welches durch die Besonderheiten seiner Konzeption das Potenzial besitzt, als Modell und als Change Agent innerhalb der deutschen universitären Service-Learning-Szene zu fungieren. Da der Erwerb von Soft Skills schwer in Noten ausgedrückt werden kann, wäre es aus studentischer Perspektive hilfreich, für Bewerbungen ein Zertifikat über die Teilnahme an einem Service-Learning-Seminar zu erhalten. Zudem sollte Novalux als Service-Learning-Veranstaltung auch als solche kommuniziert werden, gegebenenfalls, wegen der Pionierrolle in Bayreuth, mit einigen zentralen, erklärenden Worten. Entsprechende Vorlagen sollten für die verschiedensten medialen Anwendungen kreiert werden.<sup>26</sup>

Eine Öffnung zur Teilnahme an Novalux wäre für alle Studierenden von wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen in Bayreuth wünschenswert. Die Prüfung einer curricularen Einbindung wäre hier sicherlich zeitintensiv. Die Belegung eines freiwilligen Wahlmoduls könnte hingegen ermöglicht werden, dessen Attraktivität durch das Aushändigen eines Zertifikats noch gesteigert wird. So ließe sich auch die Bereitschaft der Studenten für freiwilliges Engagement direkter und unverzerrter überprüfen. Als Aufnahmekriterium für den Studiengang Philosophy & Economics in Bayreuth gilt nämlich das Maß der Bereitschaft zu Engagement, welches in einem Motivationsschreiben dargelegt werden muss. Die Rolle der Change Agents eignet sich daher für

---

<sup>26</sup> Hier hilft die Zusammenarbeit mit der Media Design Hochschule in München. Parallel ist Kontakt mit dem Netzwerk „Bildung durch Verantwortung“ aufzunehmen und eine Eingliederung der Universität Bayreuth zu erwägen.

die Philosophy & Economics-Studierenden, indem sie an der eigenen Universität beispielsweise das Konzept von Novalux verbreiten und andere zur Teilnahme motivieren.<sup>27</sup> Um die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften zu erreichen, bieten sich als Kommunikationskanal die studien-ganginternen E-Mail-Verteiler an. Hier sollte vor Semesterbeginn entsprechende Information zu Novalux versandt werden.

Gerade in der aufgrund der peripheren Lage bei den Studenten zum Teil eher unbeliebten Kleinstadt Bayreuth wären Anreize zur Integration für sie wünschenswert. Hier sei auf das Vorbild des Corporate Citizen zu verwiesen, welches auch für Studenten eine Rolle spielen sollte. Auch am Studienort sollten die Studenten soziale Verantwortung übernehmen und sich aktiv in die Gemeinschaft einbringen. Letztendlich liegt es in der Zuständigkeit der Hochschule eine „Abgehobenheit“ ihrer Studierenden zu vermeiden, indem sie selbst soziale Verantwortung ihrer Region und Umwelt gegenüber zeigt. Service Learning als Methode ermöglicht dies und gerade in einer Nicht-Studenten-Stadt wie Bayreuth wird das Universitätsleben im positiven Sinne sichtbar. In den Wirtschaftswissenschaften wird den Studenten somit gleichsam „en passant“ ein entsprechendes Selbstverständnis für ihr späteres Berufsleben vermittelt. Entscheidend ist dabei, inwieweit der Service-Learning-Unterricht bleibenden Eindruck hinterlässt, sodass zukünftige Akteure in ihrer Position als Manager sowie Privatperson sich ihrer sozialen Verantwortung bewusst sind und diese auch ausüben (vgl. Kolenko et al. 1996: 133).

„Nicht wenige Studierende stoßen durch Service Learning auf Sinnzusammenhänge, die ihnen das theoretische Studium nicht liefern kann. Die unmittelbare Erfahrung anderer Lebenswelten kann so zu einem Wertewandel führen, der ganz neue Berufswünsche und -vorstellungen mit sich bringt“ (Kreikebaum 2009: 41).

Zumindest in der persönlich wichtigen Entscheidungsphase für den Berufseinstieg scheint das zuzutreffen. Nicht zuletzt erfolgt eine Neuorientierung auch durch die intensive Auseinandersetzung mit der sozialen Komponente menschlicher (und wirtschaftlich ausgerichteter) Aktivitäten. Das kann im Gegensatz zu abstrakt-theoretischen wissenschaftlichen Arbeiten zur Basis des

---

27 Selbst etablierte Service-Learning-Stellen an Universitäten, wie UNIAKTIV in Duisburg-Essen, führen keine wirtschaftswissenschaftlich ausgerichteten Projekte durch, wünschen sich jedoch Beispiele und Change Agents gerade auch im wirtschaftsethischen Bereich.

menschlichen Daseins zurückführen. Das Leben besteht größtenteils aus sozialem Kontakt. Diese „Erdung“ durch das Praxisseminar stärkt neben sozialen Kompetenzen persönliche Kompetenzen wie Verbindlichkeit und Authentizität. Gerade in den Wirtschaftswissenschaften ist eine (Re-) Orientierung hinsichtlich dieser Werte wünschenswert.

Die Methodik des Service Learning ist ein optimistischer Blick in die Zukunft. Sie weckt Potenzial, Missstände der Gegenwart, welche den sozialen Zusammenhalt einer demokratischen Gesellschaft gefährden, zu erkennen und zu überwinden. „Now it's your turn to test new waters in business ethics education“ (Kolenko et al. 1996: 142).

### *Literaturverzeichnis*

- Altenschmidt, K. (2009): Service Learning als Projektmanagement-Aufgabe, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, Weinheim: Beltz, 91–101.
- Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (2009): Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, Weinheim: Beltz, 11–15.
- Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stickdorn M. (2009): Evaluation von Service-Learning-Seminaren, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, Weinheim: 121-127.
- Baltes, A. / Reinmuth, S. / Saß, C. (2007): Erste Schritte in die Praxis: Service Learning an der Hochschule anbieten, in: Baltes, A. / Hofer, M. / Sliwka, A. (Hrsg.): Studierende übernehmen Verantwortung: Service Learning an deutschen Universitäten, Weinheim: Beltz, 151–169.
- Baltes, A. / Kroneberg, (2007): Passt es? Reflexionen über ein anglo-amerikanisches Lehrkonzept an deutschen Hochschulen, in: Baltes, A. / Hofer, M. / Sliwka, A. (Hrsg.): Studierende übernehmen Verantwortung: Service Learning an deutschen Universitäten, Weinheim: Beltz, 142–150.
- Bauer, J. (2006): Warum ich fühle, was du fühlst. Intuitive Kommunikation und das Geheimnis der Spiegelneurone, München: Heyne.
- Bayreuther Dialoge (2010): Workshops, URL: <http://www.bayreuther-dialoge.de/Dialoge10/inhalt/>

- workshops.htm (abgerufen am 08.06.2012).
- Boyer, E. (1996): The Scholarship of Engagement, in: *The Journal of Public Service & Outreach* 1(1), 11-20. URL: [http://0-sas.wcu.edu.wncln.wncln.org/WebFiles/PDFs/The\\_Scholarship\\_of\\_Engagement\\_-\\_Boyer.pdf](http://0-sas.wcu.edu.wncln.wncln.org/WebFiles/PDFs/The_Scholarship_of_Engagement_-_Boyer.pdf) (abgerufen am 02.06.2012).
- Burckhardt, R. (2009): *Novalux – Die Welt der Trends*, Bayreuth: Seminararbeit, Universität Bayreuth.
- Dewey, J. (1938): *Experience and Education*, New York: Kappa Delta Pi.
- Dickschus, C. (2009): Studierende unterstützen die Öffentlichkeitsarbeit von Non-Profit-Organisationen, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): *Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen*, Weinheim: Beltz, 176–177.
- Enquete-Kommission Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements (2002): *Bericht bürgerschaftliches Engagement: Auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft*, Opladen: Leske+Budrich.
- Eyler J. / Giles, D. / Stenseon, C. / Gray, C. (2001): *At a glance: What We Know about the Effects of Service-Learning on College Students, Faculty and Communities, 1993- 2000*, Vanderbilt University. URL: <http://www.servicelearning.org/filemanager/download/aag.pdf> (abgerufen am 11.06.2012).
- Fleckenstein, M. (1997): *Service Learning in Business Ethics*, in: *Journal of Business Ethics* 16 (12/13), 137–151.
- Herrmann, U. (2010): Lernen findet im Gehirn statt. Die Herausforderungen der Pädagogik durch die Gehirnforschung, in: Caspary, R. (Hrsg.): *Lernen und Gehirn. Der Weg zu einer neuen Pädagogik*, Freiburg: Herder, 85–98.
- Hochschulnetzwerk Bildung durch Verantwortung: Universität Augsburg, URL: <http://www.netzwerk-bdv.de/content/mitglieder/augsburg.html> (abgerufen am 09.06.2012).
- Hochschulrektorenkonferenz – Bologna Zentrum: FAQs, URL: <http://www.hrk-bologna.de/bologna/de/home/2009.php> (abgerufen am 02.06.2012).
- Holton, W. (2009): Die Anfänge von Service Learning an deutschen Universitäten, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): *Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen*, Weinheim: Beltz, 112-120.
- Jaeger, M. / In der Smitten, S. / Grützmaker, J. (2009): *Gutes tun und gutes Lernen: Bürgerschaftliches Engagement und Service-Learning an Hochschulen. Evaluation des Projekts UNIAKTIV an*

- der Universität Duisburg-Essen, Hannover: Hochschul-Informationssystem GmbH, URL: [http://www.his.de/pdf/pub\\_fh/fh-200907.pdf](http://www.his.de/pdf/pub_fh/fh-200907.pdf) (abgerufen am 02.06.2012).
- Kauffeld, (2003): Weiterbildung: Eine lohnende Investition in die berufliche Zukunft?, in: Frey, A. / Jäger, R. / Renold, U. (Hrsg.): Kompetenzmessung – Sichtweisen und Methoden zur Erfassung und Bewertung von beruflichen Kompetenzen, Landau: Verlag Empirische Pädagogik, 176–195.
- Keller-Kern, H. (2010): CSR auf dem Prüfstand 2010 – Eigenstudie Corporate Social Responsibility von Icon Added Value, URL: [http://www.markenverband.de/kompetenzen/corporate-social-responsibility/Icon%20Added%20Value\\_CSR%20Eigenstudie\\_2010.pdf](http://www.markenverband.de/kompetenzen/corporate-social-responsibility/Icon%20Added%20Value_CSR%20Eigenstudie_2010.pdf) (abgerufen am 09.06.2012).
- Kolb, D. (1984): *Experiential Learning – Experience as the Source of Learning and Development*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kolenko, T. et. al. (1996): A Critique of Service Learning Projects in Management Education: Pedagogical Foundations, Barriers, and Guidelines, in: *Journal of Business Ethics* 15 (1), 133–142.
- Kreikebaum, M. (2009): Ansätze des Service Learning an deutschen Hochschulen, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): *Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen*, Weinheim: Beltz, 40–46.
- Kroeger, H. / Hoekendorf, H. (2009): *Was ist Elite? – Soziologisch-Philosophische Untersuchung eines umstrittenen Begriffs*, Bayreuth: Seminararbeit, Universität Bayreuth.
- Küpers, H. (2009): Warum soziale Verantwortung lehren?, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): *Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen*, Weinheim: Beltz, 26–39.
- Leuphana Universität Lüneburg: Social Entrepreneurship – Social Change Hub – SCHub, URL: <http://www.leuphana.de/schub/ueber-schub/social-entrepreneurship.html> (abgerufen am 05.06.2012).
- Litzky, B. / Godshalk, V. / Walton-Bongers, C. (2010): Social Entrepreneurship and Community Leadership: A Service-Learning Model for Management Education, in: *Journal of Management Education* 34 (1), 142–162.
- Mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH (Hrsg.) (2009): *Do it! Learn it! Spread it! – Service Learning für Studierende*, URL: [http://www.agentur-mehrwert.de//Hochschule/Robert\\_Bosch\\_Stiftung/Doit\\_Kongress\\_2009.html](http://www.agentur-mehrwert.de//Hochschule/Robert_Bosch_Stiftung/Doit_Kongress_2009.html) (abgerufen am 11.06.2012).

- Meyer, E. M. / Loev, W. (2013): Stimmen der Zukunft, in: Brink, A. / Rohrman, D. (Hrsg.): Rethink – Investing Society, Bayreuth, 377–413.
- National Service-Learning Clearinghouse: What is Service-Learning?, URL: <http://www.servicelearning.org/what-is-service-learning> (abgerufen am 04.04.2012).
- Pauli, G. (2010): Zen and the Art of Blue, Berlin: Konvergenta Publishing.
- Philosophy & Economics: Novalux – Praxisseminar, URL: <http://pe.uni-bayreuth.de/studenten/lehrveranstaltungen///detail//679ec250-369c-11e0-ade2-003005831ff3> (abgerufen am 09.06.2012).
- Picot, (2011): Jugend in der Zivilgesellschaft Freiwilliges Engagement Jugendlicher von 1999 bis 2009, Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. URL: [http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms\\_bst\\_dms\\_33702\\_33705\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_33702_33705_2.pdf) (abgerufen am 12.06.2012).
- Popper, K. (1994): Alles Leben ist Problemlösen, München: Piper.
- Principles for Responsible Management Education 2011, URL: unter <http://www.unprme.org/index.php> (abgerufen am 12.07.2012).
- Prüfungs- und Studienordnung für den Bachelorstudiengang Philosophy and Economics an der Universität Bayreuth 2008, URL: [http://pe.uni-bayreuth.de/file/pdf/PEPrufStudO\\_aktuell.pdf](http://pe.uni-bayreuth.de/file/pdf/PEPrufStudO_aktuell.pdf) (abgerufen am 02.06.2012).
- Reinders, H. (2008): Lehre durch Forschung – Service Learning und institutionsbezogene Praxisforschung, Lehrstuhl Empirische Bildungsforschung, Universität Würzburg, URL: [http://www.netzwerk-bdv.de/download/reinders\\_-\\_service\\_learning\\_an\\_universitaeten-1.pdf](http://www.netzwerk-bdv.de/download/reinders_-_service_learning_an_universitaeten-1.pdf) (abgerufen am 09.06.2012).
- Reinmuth, S. / Saß, C. / Lauble, (2007): Die Idee des Service Learning, in: Baltes, A. / Hofer, M. / Sliwka, A. (Hrsg.): Studierende übernehmen Verantwortung: Service Learning an deutschen Universitäten, Weinheim: Beltz, 13–28.
- Rohrman, D. (2009): Practical Seminars – New Ways to Learn Learning Theories, Tools and Examples for Modern Seminar Conceptions, Bayreuth: Seminararbeit, Universität Bayreuth.
- Roth, G. (2010): Möglichkeiten und Grenzen von Wissensvermittlung und Wissenserwerb. Erklärungsansätze aus Lernpsychologie und Hirnforschung, in: Caspary, R. (Hrsg.): Lernen und Gehirn. Der Weg zu einer neuen Pädagogik, Freiburg: Herder, 54–69.
- Sambauer, M. (2009a): Novalux – Einladungstext, URL: <http://www.novalux.de/grundlegendes.php> (abgerufen am 02.06.2012).
- Sambauer, M. (2009b): Novalux – PR Basiskonzept, Nicht-veröffentlichtes Konzeptpapier.
- Sambauer, M. (2009c): Novalux – Seminarstruktur, Nicht-veröffentlichtes Konzeptpapier.

- Schaeper, H. (2004): Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, berufliche Anforderungen und Folgerungen für die Hochschulreform. Hannover: Hochschul-Informationssystem.
- Schaeper, H. (2007): Schlüsselkompetenzen in Studium und Beruf. Zum Erwerb von Schlüsselkompetenzen und ihre Bedeutung für die berufliche Tätigkeit von Hochschulabsolventinnen und -absolventen, Fachhochschule St. Gallen. URL: [http://www.his.de/pdf/pub\\_vt/22/2007\\_10\\_03\\_Vortrag\\_Schaeper\\_StGallen.pdf](http://www.his.de/pdf/pub_vt/22/2007_10_03_Vortrag_Schaeper_StGallen.pdf) (abgerufen am 02.06.2012).
- Schneider, T. (2011): Egoisten wider Willen, in: Public Forum, 9/2011, 10.
- Seifer, S. / Connors, K. (2007): Faculty Toolkit for Service-Learning in Higher Education, Scotts Valley, CA: National Service-Learning Clearinghouse. URL: [http://www.servicelearning.org/filemanager/download/HE\\_toolkit\\_with\\_worksheets.pdf](http://www.servicelearning.org/filemanager/download/HE_toolkit_with_worksheets.pdf) (abgerufen am 02.06.2012).
- Sliwka, A. (2004): Freiwillig hätte ich das nie gemacht, jetzt würde ich das sofort wieder tun: Erfahrungen mit Service Learning an deutschen Schulen, in: Sliwka, A. / Petry, C. / Kalb, P. (Hrsg.): Durch Verantwortung lernen – Service Learning: Etwas für andere tun, Weinheim: Beltz, 32–57.
- Sliwka, A. (2007): ‚Giving Back to the Community‘ – Service Learning als universitäre Pädagogik für gesellschaftliches Problemlösen, in: Baltes, A. / Hofer, M. / Sliwka, A. (Hrsg.): Studierende übernehmen Verantwortung: Service Learning an deutschen Universitäten, Weinheim: Beltz, 29–34.
- Sliwka, A. (2009): Reflexion: Das Bindeglied zwischen Service und Lernen, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, Weinheim: Beltz, 85–90.
- Stark, W. (2009): Universitäten mit sozialer Verantwortung – gesellschaftliches Engagement als Wettbewerbsfaktor für eine Universität der Zukunft?, in: Altenschmidt, K. / Miller, J. / Stark, W. (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Service Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen, Weinheim: Beltz, 16–25.
- Start Social (2011): Zielsetzung, URL: <http://www.startsocial.de/start-social-der-verein/zielsetzung> (abgerufen am 07.06.2012).
- UNIAKTIV Duisburg-Essen, URL: <http://www.uni-aktiv.org/> (abgerufen am 05.06.2012).
- Vega, G. (2007): Teaching Business Ethics Through Service Learning Metaprojects, in: Journal of Management Education (31), 647–678, URL: <http://jme.sagepub.com/content/31/5/647.full.pdf> (abgerufen am 11.06.2012).

- Wittmer, D. (2004): Business and Community: Integrating Service Learning in Graduate Business Education, in: *Journal of Business Ethics* 51 (4), 359–371.
- Wynd, W. / Mager, J. (1989): The Business and Society Course: Doesn't It Change Student's Attitudes?, in: *Journal of Business Ethics* 1989 (8), 487–491.
- Zechelin, L. (2000): Modernisierung der Universität zwischen Tradition und Innovation, Inaugurationsrede an der Karl-Franzens-Universität Graz 3.2.2000. URL: [http://www.uni-due.de/imperia/md/content/politik/zechelin/tradition\\_und\\_innovation.pdf](http://www.uni-due.de/imperia/md/content/politik/zechelin/tradition_und_innovation.pdf) (abgerufen am 09.06.2012).
- Zlotkowski, E. (1996): Opportunity for All: Linking Service-Learning and Business Education, in: *Journal of Business Ethics* 15 (1), 5–19.