

# ENGAGEMENT von (internationalen) Studierenden fördern – neue Partner- schaften zwischen Hochschulen und Zivilgesellschaft gestalten



**Ein Leitfaden für Hochschulen  
und zivilgesellschaftliche Organisationen**

**IMPRESSUM****HERAUSGEBER**

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)  
 Michaelkirchstr. 17 / 18  
 10179 Berlin-Mitte

+49 30 62980 100  
 info@b-b-e.de  
 https://www.b-b-e.de

**AUTOR\*INNEN UND MITARBEIT**

Anne Trenczek, Dr. Serge Embacher | BBE  
 Christine Sattler, Denise Malorny, Sabine Baumgärtel, Andreas Freienstein | Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis e.V.

**REDAKTION**

Sabine Baumgärtel, Dr. Serge Embacher, Andreas Freienstein, Christine Sattler, Anne Trenczek

**V.I.S.D.P.**

PD Dr. Ansgar Klein

**LEKTORAT**

Johanna Neuling

**LAYOUT / SATZ**

Anita Jordan | eye-solution GmbH

**BILDER / ILLUSTRATIONEN**

Titelbilder v. l. n. r.: Unsplash / Priscilla Du Preez, Freiwilligen-Agentur Halle, Freiwilligen-Agentur Halle, Unsplash / Alexis Brown  
 Alle Illustrationen: Adobe Stock

**ERSCHEINUNGSDATUM**

Dezember 2022

**ISBN 978-3-948153-24-3**

Die Erarbeitung der vorliegenden Publikation erfolgte im Rahmen der Tätigkeit des Projektes *STUDIUM HOCH E – Integration durch Engagement* in Trägerschaft des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und in Kooperation mit der Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis e.V., dem Hochschulnetzwerk Bildung durch Verantwortung e.V. sowie der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa). Die Arbeit des Projektes wurde durch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) mit Mitteln des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
 des Deutschen Bundestages

ENTWICKELN. VERNETZEN. STÄRKEN. Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) ist das Netzwerk für Zivilgesellschaft, Staat und Wirtschaft zur nachhaltigen Förderung des bürgerschaftlichen Engagements und der Bürgergesellschaft in allen Gesellschafts- und Politikbereichen.

**Impressum****Grußworte**

4

**Einleitung: Einführung in den Leitfaden**

10

- » Hintergrund und Zielgruppe 12
- » Das Projekt *STUDIUM HOCH E – Integration durch Engagement* 14
- » Die Zielgruppe der Studierenden 15
- » Der Aufbau des Leitfadens 16

**Teil I: Neue Partnerschaften gestalten**

17

- 1. Hochschulen** 18
  - » Engagement von Studierenden fördern: eine lohnenswerte Aufgabe für Hochschulen 19
  - » Anbindung und Kooperationen innerhalb der Hochschule 22
  - » Kooperationsfindung in der Zivilgesellschaft 25
- 2. Zivilgesellschaftliche Organisationen** 27
  - » Studierende als Engagierte: eine interessante Zielgruppe für die Zivilgesellschaft 28
  - » Rahmenbedingungen und Ausgestaltung des Engagements 32
  - » Anlaufstellen für Kooperationen an der Hochschule 35
  - » Zusammenarbeit mit einer lokalen Mittlerorganisation 37
- 3. Kooperation** 39
  - » Erfolgsgeheimnisse einer guten Kooperation 40
  - » Weitere Kooperationen und Akteurinnen 45
  - » Gedanken zur Verstetigung 46

**Teil II: Werkzeugkasten**

49

- » Der Werkzeugkasten zur individuellen Umsetzung 50
- » Übersichtsmatrix 52
- » Werkzeugbeschreibungen 53

**Quellenverzeichnis**

104

# GRUSSWORTE



Prof. Dr. Armin Willingmann  
 Minister für Wissenschaft, Energie, Klimaschutz und Umwelt  
 des Landes Sachsen-Anhalt,  
 1. stellvertretender Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir alle wissen, wie sehr internationale Studierende und Studierende mit Migrationsgeschichte zur Bereicherung des kulturellen Lebens in den Hochschulstädten wie auch zum internationalen wissenschaftlichen Austausch beitragen. Es ist von besonderer Bedeutung für die kulturelle Vielfalt an unseren Hochschulen und Hochschulstädten, wenn Studierende über alle Ländergrenzen hinweg in unseren Universitäten und Hochschulen zusammenkommen. Mit dem Pilotprojekt *Students meet Society* in Halle an der Saale und dem anschließenden bundesweiten Transfer- und Entwicklungsprojekt *STUDIUM HOCH E* wurde ein wichtiger Beitrag für die Integration der internationalen Studierenden und der Studierenden mit Migrationsgeschichte an den jeweiligen Hochschulstandorten geleistet.

Das Besondere der beiden Projekte besteht darin, dass Studierende aus anderen Herkunftsländern über ein freiwilliges Engagement vor Ort an die Gesellschaft herangeführt werden, ihr Wissen und ihre Kompetenzen in gemeinnützigen Organisationen einbringen und erweitern und Gesellschaft damit als Teilhabende mitgestalten können. Engagement bietet gerade für ausländische Studierende gute Möglichkeiten, um einen weitreichenden Überblick und zugleich entsprechend ihrer individuellen Interessen tiefgreifende Einblicke in die deutsche Gesellschaft zu erhalten, ein besseres Verständnis der hiesigen Erwerbskulturen und Lebensstile zu entwickeln sowie persönliche soziale Netzwerke aufzubauen. Damit ergibt sich aus Sicht unseres Landes ein Effekt mit besonderer Relevanz: Studierende, die ihre akademische Laufbahn und Bildung an unseren Hochschulen erfahren haben und gleichzeitig mit dem Leben außerhalb des Studiums vertrauter geworden sind, bleiben dem Land möglicherweise auch als Fachkräfte oder Wissenschaftler\*innen im Land erhalten.

Ein weiterer neuer und erfolgreicher Ansatz wurde in beiden Projekten mit den spezifischen Kooperationen zwischen Hochschulen und der Zivilgesellschaft gewählt. Die beteiligten Hochschulen und Freiwilligenagenturen haben gemeinsam zur gesellschaftlichen Integration der Studierenden beigetragen und sich dabei neue Erkenntnisse und Erfahrungen erschlossen.

Um die positiven Effekte zu erzielen, bedurfte es adäquater Formen der Kooperation, die Hochschulen und Wissenschaftssystem einerseits sowie Non-Profit-Organisationen und Zivilgesellschaft andererseits zusammenbringen und dabei den wechselseitigen Wissenstransfer intensivieren. Die Zusammenarbeit dieser Sektoren ist für beide Seiten bedeutsam: zur Überwindung von Vorbehalten, Akzeptanz der Unterschiedlichkeiten auch in der Sprache und für das Erkennen der Vorteile einer Zusammenarbeit. Nur so konnte das für eine dauerhafte Zusammenarbeit erforderliche Vertrauen wachsen. Die guten Beispiele der Projektbeteiligten zeigen, wie wirkungsvoll dies funktionieren kann.

Ich möchte an dieser Stelle allen Beteiligten danken und weitere Hochschulen ermutigen: Partizipieren Sie von den guten Erfahrungen und Beispielen aus den beiden Projekten! Die gemeinsame Förderung des Engagements ausländischer Studierender bietet enorme Chancen für die Integration und Verbleibperspektiven sowie die Internationalisierung der Hochschulorte! Deshalb bin ich der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und der Freiwilligen-Agentur Halle für ihr Engagement im Pilotprojekt *Students meet Society* im Interesse des Landes und den beteiligten Hochschulstandorten im Rahmen des Transferprojektes *STUDIUM HOCH E* sehr dankbar. In Sachsen-Anhalt hat das Thema der Integration in die Gesellschaft eine hohe Bedeutung. In den Zielvereinbarungen des Landes mit den Hochschulen ist der Wissenstransfer als weitgehender Auftrag an die Hochschulen fest verankert, neben dem Kernauftrag der Forschung und Lehre auch gesellschaftlich zu wirken. Ich bin sicher, von den beiden Projekten und diesem Leitfadens werden viele wichtige Impulse für die zukünftige Gestaltung des Themas ausgehen.

In diesem Sinne nochmals ein herzlicher Dank an alle, die an der Entstehung dieses Leitfadens beteiligt waren. Ich wünsche Ihnen eine spannende und informative Lektüre!



Olaf Ebert  
Mitglied des BBE-Sprecher\*innenrates und  
Vorstand der Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis

Liebe Leserinnen und Leser,

mit dem Pilotprojekt *Students meet Society* wurde in den Jahren 2016 bis 2019 die Grundlage für das nachfolgende bundesweite Transfer- und Entwicklungsprojekt gelegt. Im gemeinsamen Pilotprojekt von Freiwilligen-Agentur Halle und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg sind vielfältige Erkenntnisse und beispielgebende Ansätze zur Engagementförderung von internationalen Studierenden und Studierenden mit Migrationsgeschichte entstanden. Dank der Förderung des BAMF konnten diese in Zusammenarbeit mit dem BBE innerhalb des Transfer- und Entwicklungsprojektes *STUDIUM HOCH E* von 2019 bis 2022 auf drei weitere Hochschulstandorte übertragen und weiterentwickelt werden.

Beide Projekte zeigen, dass freiwilliges Engagement nicht nur zu einer deutlich verbesserten gesellschaftlichen Integration insbesondere von internationalen Studierenden am Hochschulstandort beiträgt, sondern vielfache Effekte für alle Beteiligten hat. Die Studierenden lernen im Engagement und eignen sich dabei Kompetenzen an; zivilgesellschaftliche Organisationen erleben eine interkulturelle Öffnung durch das Engagement internationaler Studierender; die Zivilgesellschaft wird bei der Bearbeitung von gesellschaftlichen Herausforderungen unterstützt; Hochschulen und Zivilgesellschaft kooperieren enger; und der Wissenstransfer zwischen Hochschulen und Gesellschaft wird nachhaltig gefördert.

Gelungen ist dies nicht zuletzt durch den Aufbau neuer, stabiler und langfristig wirksamer Kooperationen zur Förderung des Engagements zwischen den beteiligten Hochschulen und Freiwilligenagenturen, die partnerschaftlich organisiert wurden.

Diesen Ansatz möchten wir in unserem multisektoralen Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement weiter verstärken, um die Zugänge zum Engagement in allen Bereichen zu erleichtern. Denn die Anbahnung und Umsetzung von Kooperationen zwischen Hochschule und Zivilgesellschaft erfordert neben verlässlichen Ansprechpersonen und Ressourcen vor allem Zeit, da der institutionelle Wandel langsam verläuft, dann aber langfristige positive Wirkungen entfalten kann.

Dieser Leitfaden wurde gemeinsam mit den Projektpartner\*innen entwickelt. Erfahrungen der beteiligten Standorte sind ebenso eingeflossen wie Impulse des Projektbeirates, der Projektevaluation und zahlreiche Hinweise und Anregungen von Teilnehmenden der Fachtagungen und Foren im Rahmen des Projektes. Entstanden sind ein vertiefender Einblick in die Zielsetzungen, Herangehensweisen und Erfahrungen der beteiligten Hochschulstandorte und ein umfangreicher „Werkzeugkoffer“ als Inspiration für die individuelle Vorgehensweise und Umsetzung in der eigenen Stadt.

Im Namen des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement und der Freiwilligen-Agentur Halle danke ich allen Beteiligten für die Zusammenarbeit und Mitarbeit am Leitfaden sowie dem BAMF für die Förderung beider Projekte. Wir hoffen, mit dem vorliegenden Leitfaden einen Beitrag zum Transfer der wertvollen Erfahrungen an hoffentlich viele weitere Hochschulen zu leisten.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre, lassen Sie sich gern inspirieren!

# EINFÜHRUNG IN DEN LEITFADEN



## Einführung in den Leitfaden

### Hintergrund und Zielgruppe

Die Herausforderungen, vor denen internationale Studierende und Studierende mit Migrationsgeschichte an deutschen Hochschulen stehen, sind vielfach bekannt und untersucht. Insbesondere in Bezug auf sprachliche, fachliche, finanzielle und sozialintegrative Voraussetzungen stehen sie zu Beginn ihres Studiums vor größeren Hürden als ihre Kommiliton\*innen. Die Folgen davon zeigen sich in überdurchschnittlich hohen Abbruchquoten und einer relativ geringen Verbleibquote von internationalen Studierenden in Deutschland.

Bei der Frage, wie die soziale Integration der Studierenden und ihre Bleibeperspektive positiv beeinflusst werden können, lohnt sich vor allem ein Blick auf die sogenannten weichen Faktoren wie Wohlbefinden und gesellschaftliche Teilhabemöglichkeiten. Hier ist eine deutliche Korrelation zwischen Engagement und dem Aufbau einer positiven Beziehung zum Hochschulstandort erkennbar. Ein Engagement bietet für die Studierenden vielfältige Chancen: vom Knüpfen neuer Kontakte und dem Kennenlernen des Studienortes außerhalb der Universität über die Verbesserung ihrer Sprach-, Sozial- und Selbstkompetenzen und die praktische Anwendung von in der Hochschule erlerntem Wissen bis hin zu besseren Berufschancen und Bleibeperspektiven.

#### Engagement

Engagement wird in diesem Leitfaden als bürgerschaftliches Engagement im Sinne der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages verstanden: als unbezahlte, freiwillige Tätigkeit, die gemeinschaftlich ausgeübt wird und einen dezidierten Gemeinwohlbezug aufweist.

Der Zugang zum Engagement ist für die Studierenden jedoch häufig mit mehr Hürden verbunden. Die langfristige und nachhaltige Förderung ihres Engagements bedarf daher einer gezielten Aufmerksamkeit und des Aufbaus geeigneter Strukturen. Die Förderung des Engagements ist besonders fruchtbar, wenn sie als Gemeinschaftsaufgabe der Hochschule sowie der (lokalen) Zivilgesellschaft gesehen und kooperativ angegangen wird. Aus diesem Grund richtet sich dieser Leitfaden gezielt an diese beiden Adressatengruppen: **Hochschulen** und **zivilgesellschaftliche Organisationen**.

Generell begründet sich der Wunsch nach einem intensiveren Miteinander von Hochschule und Zivilgesellschaft aus den Herausforderungen der Zukunft. Um notwendige Veränderungen anzustoßen und proaktiv zu gestalten, können die unterschiedlichen Systeme voneinander lernen und profitieren. Das Spektrum der Chancen und Vorteile einer Kooperation reicht von gegenseitigem Wissenstransfer über neue Vernetzungen und Kontakte bis zur Entwicklung neuer Anwendungsfelder für Formate wie Citizen Science, Community-Based Research oder Service Learning. Für gemeinnützige Organisationen bietet insbesondere die kooperative Förderung des Engagements der internationalen Studierenden und Studierenden mit Migrationsgeschichte zusätzliche Bereicherungen, von der Gewinnung neuer Engagierter bis hin zu mehr interkultureller Öffnung. Sie beinhaltet jedoch auch einige Herausforderungen, die in diesem Leitfaden ebenfalls beleuchtet werden.



Dieser Leitfaden entstand aus den Erfahrungen und Ergebnissen des Pilotprojektes *Students meet Society*, das von 2016 bis 2019 als Kooperationsprojekt der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und der Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis durchgeführt wurde, sowie den weiterführenden Erkenntnissen des Transfers an drei weitere Hochschulstandorte im Rahmen des Projektes *STUDIUM HOCH E – Integration durch Engagement*. Er führt verschiedene Themen zusammen, die für eine erfolgreiche Förderung des Engagements der Studierenden, und der daraus resultierenden verbesserten Integration und Teilhabe als Gemeinschaftsaufgabe von Hochschulen und Zivilgesellschaft, relevant sind. Die Erfahrungen der beteiligten Hochschulen und zivilgesellschaftlichen Organisationen sind ebenso in die Erstellung des Leitfadens eingeflossen wie die Perspektiven eines projektbegleitenden Expert\*innenbeirats, die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitevaluation und die zahlreichen Impulse aus den Fachtagungen des Projektes. Entsprechend ist dieser Leitfaden auch keine Anleitung im Sinne einer Patentlösung, sondern beschreibt unterschiedliche Ansätze und Werkzeuge, die sich in der Praxis bewährt haben, und diskutiert Transfermöglichkeiten an andere Hochschulstandorte. Mit dem Leitfaden sollen interessierte Hochschulstandorte ermutigt werden, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen. Er möchte Impulse für die Umsetzung geben sowie konkrete Handlungsperspektiven aufzeigen, die je nach den jeweiligen Voraussetzungen vor Ort genutzt und angepasst werden können.

#### Service Learning

Das amerikanische Wort „Service Learning“ setzt sich zusammen aus „Community Service“ (gesellschaftliches Engagement) und „Learning“ (Lernen). Häufig wird es als „Lernen durch Engagement“ übersetzt. Im deutschsprachigen (Hochschul-)Raum benennt die Begrifflichkeit vielfältige Formen der Verknüpfung von Hochschullehre mit bürgerschaftlichem Engagement.

## Das Projekt *STUDIUM HOCH E – Integration durch Engagement*



Das bundesweite Transfer- und Entwicklungsprojekt *STUDIUM HOCH E – Integration durch Engagement* wurde von September 2019 bis August 2022 in Trägerschaft des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) durchgeführt und durch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) mit Mitteln des Bundesministeriums

des Innern und für Heimat (BMI) gefördert. Anknüpfend an die Erfahrungen und Ergebnisse des Pilotprojektes *Students meet Society* verfolgte das Projekt eine Reihe von Zielen:

- die Verbesserung der gesellschaftlichen Integration und Teilhabe internationaler Studierender und Studierender mit Migrationsgeschichte durch Engagement
- die Eröffnung erweiterter Mobilitäts- und Bleibeoptionen
- die Schaffung von Möglichkeiten zum Lernen im Engagement
- die Förderung der interkulturellen Öffnung von Hochschulen und Non-Profit-Organisationen
- die verbesserte regionale Kooperation zwischen Hochschulen und Non-Profit-Organisationen
- der Transfer der gewonnenen Erkenntnisse und Erfahrungen an andere Hochschulstandorte

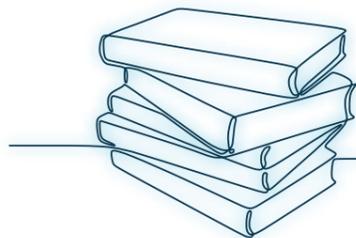
An drei ausgewählten Hochschulstandorten, für die sich jeweils eine Hochschule vor Ort und eine lokale zivilgesellschaftliche Mittlerorganisation zusammengeschlossen haben, wurden im Projektverlauf die Potenziale und Möglichkeiten der Engagementförderung von internationalen Studierenden und Studierenden mit Migrationsgeschichte seitens der Hochschule und der gemeinnützigen Organisation erschlossen und weiterentwickelt.

Da die Bezeichnungen der beteiligten zivilgesellschaftlichen Organisationen je nach Stadt oder Region variieren, verwenden wir im Laufe des Leitfadens die Bezeichnung „**Mittlerorganisation**“ für diejenige Organisation, die als Ansprechpartnerin der Hochschule in die Zivilgesellschaft fungiert.

Die beteiligten Hochschulstandorte waren:

- **Marburg:** Philipps-Universität Marburg gemeinsam mit der Freiwilligenagentur Marburg-Biedenkopf
- **Duisburg / Essen:** Universität Duisburg-Essen mit der Ehrenamt Agentur Essen
- **Eberswalde:** Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde gemeinsam mit der Bürgerstiftung Barnim Uckermark / Freiwilligenagentur Eberswalde

Die Standorte wurden bewusst aufgrund ihrer Unterschiedlichkeit (Größe und Ausrichtung der Hochschule, Anteil der internationalen Studierenden, regionale Verortung et cetera) ausgewählt, um in Bezug auf die Übertragbarkeit und Weiterentwicklung der Kooperation und Projektformate vielfältige neue Erkenntnisse zu generieren.



<sup>1</sup> Bildungsinländer\*innen sind ausländische Studierende, die ihre Hochschulzugangsberechtigung in Deutschland (aber nicht an einem Studienkolleg) erworben haben.

## Die Zielgruppe der Studierenden

Das Projekt *STUDIUM HOCH E* und ebenso dieser Leitfaden benennt als Zielgruppe der Engagementförderung internationale Studierende und Studierende mit Migrationsgeschichte.

Internationale Studierende sind Personen, die ihre Studienberechtigung in einem anderen Land erworben haben und zum Studium nach Deutschland gekommen sind. Eine Migrationsgeschichte hat eine Person dann, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren wurde. Entsprechend handelt es sich dabei um eine sehr heterogene Gruppe, zu der auch Bildungsinländer\*innen<sup>1</sup> zählen sowie Personen, die bereits ihr gesamtes Leben in Deutschland verbringen – mit oder ohne deutsche Staatsbürgerschaft. Laut Simon Morris-Lange (2017) gibt es an deutschen Hochschulen zwar durchaus Überschneidungen bezüglich der Hürden und Schwierigkeiten für internationale Studierende und Studierende mit Migrationsgeschichte, jedoch auch zentrale Unterschiede – beispielsweise in Bezug auf Sprachkompetenzen oder Kenntnisse des deutschen Bildungssystems.

Im Hinblick auf die Vergleichbarkeit der Schwierigkeiten und Hürden der Studierenden wurde im Projekt *STUDIUM HOCH E* der Fokus insbesondere auf internationale Studierende sowie auf solche Studierenden mit Migrationsgeschichte gelegt, die innerhalb ihrer eigenen Bildungsbio-graphie nach Deutschland zugewandert sind. Analog hierzu bezieht sich auch dieser Leitfaden vornehmlich auf diese Gruppe. Keineswegs sollen dadurch jedoch andere Studierende, die von den dargestellten Formaten ebenso profitieren können, ausgeschlossen werden. Die Kooperation von Hochschule und Zivilgesellschaft und der Aufbau von engagementunterstützenden Strukturen dienen letztendlich allen Studierenden, die sich bürgerschaftlich engagieren und in die Stadtgesellschaft ihres Hochschulstandorts einbringen wollen.

Aus diesem Grund sprechen wir im weiteren Verlauf dieses Leitfadens vorwiegend von „**Studierenden**“ und beziehen uns damit auf internationale Studierende sowie auf alle weiteren, die von den Erkenntnissen profitieren können. Bei besonderer Relevanz der Spezifizierung wird diese explizit benannt.



© <https://www.vecteezy.com/free-photos>

## Der Aufbau des Leitfadens



Dieser Leitfaden adressiert Hochschulen und zivilgesellschaftliche Organisationen, die sich mit der Förderung von Integration und Teilhabe der Studierenden durch Engagement beschäftigen und diese kooperativ angehen wollen. Der modulare Aufbau des Leitfadens orientiert sich dabei an den beiden genannten Zielgruppen: **Hochschulen** und **zivilgesellschaftliche Organisationen**. Er ist in zwei Teile gegliedert.

**Im ersten Teil** werden zunächst grundlegende Fragen der Engagementförderung hinsichtlich der Zielgruppe der Studierenden erörtert und Hinweise zur Initiierung und Ausgestaltung von gelingenden Kooperationen gegeben.

**Kapitel 1** wendet sich dabei insbesondere an **Hochschulen**, beschreibt die Vorteile einer Hinwendung zu diesem Thema sowie Verortungsmöglichkeiten innerhalb der Hochschule und gibt Anregungen zur Kooperationsfindung in der Zivilgesellschaft und zur Initiierung neuer Partnerschaften.

**Kapitel 2** richtet sich vor allem an Akteur\*innen der **(organisierten) Zivilgesellschaft**, erörtert die Chancen der Öffnung für (internationales) studentisches Engagement, beschreibt die Schaffung notwendiger Rahmenbedingungen und gibt Hinweise und Anregungen für Anlaufstellen und Kooperationspartner\*innen an den Hochschulen.

**Kapitel 3** widmet sich anschließend ausführlich dem Thema **Kooperation** beider Parteien und skizziert Gelingensbedingungen für die Zusammenarbeit.

**Der zweite Teil** des Leitfadens ist der sogenannte **Werkzeugkasten**. Dieser beinhaltet eine Auswahl an konkreten Formaten, die während des Pilotprojektes *Students meet Society* und des Transferprojektes *STUDIUM HOCH E* erfolgreich erprobt wurden. Diese können als Werkzeuge in unterschiedlichen Phasen der Realisierung eingesetzt werden: der Ansprache der Studierenden, der Vermittlung und Begleitung in ein Engagement, der Begleitung während des Engagements sowie für den Abschluss und die Anerkennung des Engagements.

# TEIL I: NEUE PARTNERSCHAFTEN GESTALTEN

## Kapitel 1

# HOCHSCHULEN

## Hochschulen

*Dieses Kapitel richtet sich an Vertreter\*innen von Hochschulen, sei es in der Verwaltung, Lehre oder der Leitungsebene. Zunächst wird beschrieben, weshalb die Kooperation mit der Zivilgesellschaft und die Förderung des Engagements der Studierenden für die Hochschule wertvoll sind. Anschließend folgen Empfehlungen für den Aufbau von Strukturen in der Praxis.*

### Engagement von Studierenden fördern: eine lohnenswerte Aufgabe für Hochschulen

Die Verwirklichung neuer Vorhaben kostet immer auch **Zeit und Ressourcen**. Dies gilt ebenfalls für die Umsetzung der in diesem Leitfaden vorgestellten Maßnahmen und Ideen. Die Frage, welchen Mehrwert die Hochschule eigentlich dadurch hat, ist somit naheliegend und sollte vorab offen thematisiert werden. Die aktive Öffnung von und Kooperationen mit Gesellschaft und zivilgesellschaftlichen Organisationen sind für Hochschulen auf mehreren Ebenen lohnenswert, auch im Kontext des Engagements von Studierenden, und werden bereits vielfach diskutiert. Dieser Leitfaden möchte an dieser Stelle lediglich einen Einblick geben und Unentschlossenen einige zentrale Argumente aufzeigen.

- • **Gesellschaftliche Verantwortung**

Hochschulen sind wichtige Akteure in der Gesellschaft: Neben ihren traditionellen Kernaufgaben Forschung und Lehre und der Ausbildung von Fachkräften der Zukunft sehen Hochschulen zunehmend ihren Auftrag in der Entwicklung von Lösungen für aktuelle und zukünftige gesellschaftliche Herausforderungen. Hierzu gehört auch der interdisziplinäre Austausch mit Akteur\*innen aus allen gesellschaftlichen Bereichen. Darüber hinaus sind Hochschulen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region und tragen zum Beispiel durch die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften oder durch Beratung von politischen Akteur\*innen zu einem **Wissenstransfer** in die Gesellschaft bei. Hochschulen übernehmen also in vielerlei Hinsicht gesellschaftliche Verantwortung. Indem sie Studierende dazu ermutigen und sie darin fördern, sich im Rahmen ihres Studiums für die Gesellschaft zu engagieren, werden sie dieser Verantwortung auch im Bereich der **Demokratiestärkung** gerecht: Zivilgesellschaft und bürgerschaftliches Engagement gelten als wichtige Bestandteile einer funktionierenden Demokratie. Durch die Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Organisationen über gesellschaftsbezogenes, regionales Engagement leisten Hochschulen zudem einen wichtigen Beitrag zur **Weiterentwicklung des Hochschulstandortes**.

- • **Wechselseitiger Wissenstransfer**

Der genannte Wissenstransfer zwischen Hochschule und (Zivil-)Gesellschaft ist wechselseitig zu verstehen: Auch Hochschulen können von den Erfahrungen und Kompetenzen der Zivilgesellschaft lernen und profitieren. Gerade bei individuell orientiertem, extracurricularem Engagement von Studierenden müssen Hochschulen Programme und Ansätze nicht von Grund auf neu entwickeln. In der Zivilgesellschaft existieren in der Regel bereits entsprechende Kompetenzen. Neben der Förderung von extracurricularen Angeboten kann das Engagement der Studierenden in das Studium eingebettet und Bestandteil konkreter Lehrveranstaltungen sein (zum Beispiel im Rahmen von didaktischen Ansätzen wie Service Learning oder Community-Based Research).

Auch hier lohnt sich eine enge Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft. So kann vorhandenes Wissen genutzt und der Aufbau von **Doppelstrukturen** vermieden werden. Dies ist ebenfalls ein Teil des wechselseitigen Wissenstransfers.

#### • • Profilbildung

Das sich daraus ergebende neue Leistungsportfolio, das im besten Fall nicht als neue, zusätzliche Aufgabe für Hochschulen dazukommt, sondern sich in die beiden traditionellen Missionen von Hochschulen – Forschung und Lehre – synergetisch einbettet, ist zunehmend auch für Fördermittelgeber relevant, sodass inzwischen zahlreiche **Förderprogramme** darauf ausgerichtet sind. Es verschafft somit Hochschulen, die intensiv im Austausch mit der Gesellschaft stehen, einen **Wettbewerbsvorteil**. Dabei geht es nicht darum, das Thema dem Einsatz einzelner Hochschulangehöriger zu überlassen: Vielmehr stehen die Entwicklung eines spezifischen inhaltlichen Profils innerhalb der Hochschule sowie die Erarbeitung von konkreten Maßnahmen zur Implementierung einer strategisch geplanten Öffentlichkeitsarbeit im Mittelpunkt.



Katharina Fourier  
Referatsleiterin im Deutschen  
Akademischen Austauschdienst

„Für ein erfolgreiches Studium, die Entwicklung von Bleibeperspektiven und einen eventuellen späteren Übergang in den deutschen Arbeitsmarkt ist die Integration von internationalen Studierenden auch außerhalb der Hochschule wichtig. Über Engagement und das Kennenlernen der Zivilgesellschaft vor Ort können internationale Studierende lokale Netzwerke aufbauen, ihre Sprachkenntnisse erweitern, wichtige Schlüsselkompetenzen erwerben und nicht zuletzt ihr Zugehörigkeitsgefühl und die Identifikation mit der deutschen Gesellschaft stärken.“

#### • • (Internationale) Standortattraktivität

Die Einbindung von internationalen Forschenden, Lehrenden und Studierenden trägt zur Attraktivität einer Hochschule bei. Dadurch entsteht ein besonderer wissenschaftlicher Austausch, der für die Hochschule unverzichtbar ist. Damit die deutschen Hochschulen auf dem internationalen Markt konkurrenzfähig bleiben, müssen die Angebote vor Ort für die Zielgruppe attraktiv und ansprechend gestaltet sein. Hierzu gehört auch die **Zufriedenheit der Studierenden** mit ihrem Studienort und den sogenannten weichen Standortfaktoren wie regionales Image, soziales Klima, zivilgesellschaftliche Infrastrukturen oder Freizeit- und Kulturangebote. Internationale Studierende stehen nach ihrer Ankunft häufig vor einer Reihe an Herausforderungen. Neben Problemen der Studienfinanzierung, Wohnungssuche und Orientierung im Studiensystem haben sie häufig größere Schwierigkeiten, mit Studierenden, Bürger\*innen und potenziellen Arbeitgeber\*innen am Hochschulstandort in den Austausch zu treten und soziale und fachliche Kontakte zu knüpfen. Engagement kann hierbei ein wichtiger Baustein sein, weil es **Gemeinschaft und Teilhabe** ermöglicht und ein stabiles Netzwerk vertrauensvoller, freiwillig eingegangener Beziehungen erzeugt. Studierenden kann dadurch das Ankommen und später auch das Bleiben am Hochschulstandort erleichtert werden, indem es dabei hilft, die größten soziokulturellen Hürden zu überwinden. Durch ein Engagement haben sie die Möglichkeit, Menschen und Orte kennenzulernen, die ihnen in der Hochschule andernfalls wahrscheinlich nicht begegnet wären. So wird

es für sie leichter, sich in der neuen Stadt zu vernetzen, an ihrer Umgebung aktiv teilzuhaben und Teil der Stadtgesellschaft zu werden.

#### • • Studienerfolg und Kompetenzgewinn der Studierenden

Für Studierende ist ein Engagement aus vielfältigen Gründen attraktiv. Neben der Zufriedenheit mit dem Studienort ist für die Hochschule insbesondere der positive Effekt des Engagements auf ihren Studienerfolg interessant. Internationale Studierende und Studierende mit Migrationsgeschichte (Bildungsausländer\*innen) erzielen oft schlechtere Prüfungsergebnisse als Studierende ohne Migrationshintergrund. Verschiedene Studien belegen, dass sie für ihr Studium oft länger brauchen und es häufiger abbrechen. Ursachen hierfür sind sprachliche, fachliche und finanzielle Schwierigkeiten sowie die bereits angesprochene soziale Isolation. Neben der beschriebenen sozialen Bereicherung lässt das Engagement auch positive Effekte für die akademische und berufliche Entwicklung der Studierenden erwarten. So geben rund drei Viertel der engagierten internationalen Studierenden in einer 2018 an der Martin-Luther-Universität durchgeführten Befragung an, dass sie durch ihr Engagement **akademische und berufliche Kompetenzen** erweitert oder neu erworben haben (vgl. Backhaus-Maul et al. 2018).

#### • • Sprachkenntnisse

Die Sprachkenntnisse der Studierenden verbessern sich, wenn sie regelmäßig in Kontakt mit Menschen aus der Region treten. Dies gilt insbesondere, wenn sie an der Hochschule in einem rein englischsprachigen Studiengang studieren. Ein Engagement, in dem die Studierenden die Möglichkeit bekommen, ihre Deutschkenntnisse praktisch anzuwenden, bietet daher eine günstige Lernumgebung. Da fehlende Sprachkenntnisse einer der Gründe für eine höhere Abbruchquote sind, kann ein Engagement vor Ort den Studierenden dabei helfen, ihr **Studium erfolgreich zu beenden** und ihre Chancen auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu erhöhen.

#### • • Praxiserfahrung und Soft Skills

Für viele Studierende ist ein Engagement die erste Möglichkeit, Praxiserfahrungen außerhalb der Hochschule zu sammeln. In Seminaren erworbene Fähigkeiten und Kenntnisse können sie mit Praxisbezug bei zivilgesellschaftlichen Organisationen anwenden: Studierende der Medienwissenschaften gestalten einen Flyer für ein Tierheim, Medizinstudierende erweitern ihre Kenntnisse im ehrenamtlichen Blutspendedienst, zukünftige Agrarwissenschaftler\*innen bringen ihr Wissen in Nachhaltigkeits- oder urbanen Gartenprojekten ein und Studierende der Pädagogik sammeln erste Erfahrungen in der Lehre, indem sie ehrenamtlich Hausaufgabenhilfe anbieten. Das Engagement muss hierbei jedoch nicht an das Studienfach gebunden sein: Auch allgemeine berufliche **Schlüsselqualifikationen** können während eines Engagements erworben und ausgebaut werden.

Für viele Studierende ist ein **Praktikum** ein wichtiger Bestandteil ihres Studiums. Ein Engagement kann dafür ein Einstieg sein: zunächst als Orientierung, um eigene Interessen herauszufinden und neue Kompetenzen zu erwerben. Darauf aufbauend finden die teilnehmenden Studierenden leichter einen geeigneten Praktikumsplatz – sie sind besser in der Stadt vernetzt und haben vielfältige Kontakte. Darüber hinaus können sie das Engagement in ihren Lebenslauf aufnehmen und werden so für zukünftige Praktikums- und Arbeitsstellen interessant.

## Anbindung und Kooperationen innerhalb der Hochschule

Zuständigkeiten, Themenschwerpunkte und (zeitliche) Ressourcen sind an jedem Hochschulstandort unterschiedlich verteilt. Wo innerhalb der Hochschule das Thema Engagement mit gesellschaftlichem Bezug bearbeitet werden sollte, ist somit nicht allgemeingültig zu beantworten. Eine Rolle spielt hierbei auch, wo das Engagement der Studierenden verortet wird: Es kann **extracurricular** gefördert werden oder aber **im Rahmen des Studiums**, beispielsweise durch die Einbindung und Anerkennung von Engagement in der Lehre (Service Learning), stattfinden.

Um die Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft und die Förderung von Engagement der Zielgruppe langfristig erfolgreich umzusetzen, sollten innerhalb der Hochschule feste (Kooperations-)Strukturen aufgebaut werden. Noch zu häufig hängen Ansätze und Maßnahmen im Bereich (Wissens-)Transfer, Engagement und Kooperationen mit der Zivilgesellschaft von der Motivation Einzelner ab und spielen beispielsweise nur in einzelnen Lehrveranstaltungen oder in Modellprojekten eine Rolle. Zur nachhaltigen Verankerung und Implementierung ist es jedoch notwendig, das Thema im besten Fall institutionell auf Hochschulleitungsebene zu verankern und in eine **hochschulweite Transferstrategie** einzubinden.



© <https://www.vecteezy.com/free-photos>

Bei der Überlegung, wo das Thema organisatorisch zu integrieren wäre, gilt: Es ist sinnvoll, dort zu starten, wo bereits thematische Anknüpfungspunkte existieren. Somit sollte zunächst geprüft werden, wo an der Hochschule relevante Themenbereiche (beispielsweise Transfer, Service Learning, Internationales, Universitätskultur oder Diversity) bereits bearbeitet werden und ein Bewusstsein für das Thema besteht. Eine zentrale Erkenntnis aus vielen Gesprächen mit Organisationen der Zivilgesellschaft ist, dass sie zwar ein hohes Interesse an einer Zusammenarbeit mit Hochschulen haben, für sie aber häufig von außen nicht eindeutig identifizierbar ist, an welche Stelle der Hochschule sie sich wenden können: Im Best-Case-Szenario wird deshalb an der Hochschule eine zentrale, fachlich kompetente und in die Hochschule vernetzte **Anlauf- und Koordinationsstelle** für externe Partner\*innen aus der Zivilgesellschaft installiert.

1 Zum Beispiel UniKasselTransfer: <https://www.uni-kassel.de/einrichtung/ukt/startseite>

2 Zum Beispiel Zentrum für gesellschaftliches Lernen und soziale Verantwortung UNIAKTIV: <https://www.uniaktiv.org/>

Im Kontext von *STUDIUM HOCH E* wurde das Projekt an jedem Projektstandort aufgrund verschiedener Vorerfahrungen von unterschiedlichen Anlaufstellen und Bereichen bearbeitet. Standortübergreifend haben sich dabei einige hochschulinterne Stellen als wichtige Partnerinnen erwiesen.

### • • Transferstelle der Hochschule

Zentrale Stellen für Wissens- und Technologietransfer sind in der Regel für alle relevanten Transferaufgaben zuständig, wobei an vielen Hochschulen der Fokus auf den Technologietransfer noch immer überwiegt. Transferstellen, die den Wissensaustausch mit der Gesellschaft stärker integrieren und bereits über ein ausgeprägtes Kooperationsmanagement mit externen Partner\*innen verfügen, bieten sich hochschulintern als gute Partnerin für Vorhaben wie *STUDIUM HOCH E* an. Idealerweise ist in solchen Transferstellen oder -zentren das Thema Service Learning beziehungsweise Engagement bereits integriert.<sup>1</sup>

### • • Anlaufstelle für Service Learning

Sofern vorhanden, sind hochschulinterne Anlaufstellen für Service Learning wichtige Partnerinnen, denn hier bestehen bereits Erfahrungen mit gesellschaftlichem Engagement und Kooperationsbeziehungen zu (lokalen) zivilgesellschaftlichen Akteur\*innen. Eine solche Anlaufstelle kann je nach Hochschule anders angebunden sein. Denkbar sind zum Beispiel die beschriebenen Transferstellen, häufig wird das Thema auch dem Bereich „Studium und Lehre“ zugeordnet. Beispiele für konkrete Anlaufstellen sind eigene Zentren für gesellschaftliche Verantwortung<sup>2</sup> oder entsprechende Anlaufstellen im Bereich für (Schlüssel-)Kompetenzen.

### • • Career Service

Der Career Service (auch: Career Centre, Professional Center oder Ähnliches) unterstützt die Studierenden beim Sammeln von Praxiserfahrungen sowie beim Berufseinstieg und kann somit ein wichtiger Partner bei der Verankerung von Engagement in der Hochschule und beim Zugang der Zielgruppe zum Engagement darstellen. Zudem bieten Career Services passende Anlaufstellen, um Studierende über die Verbindung von Engagement und Berufschancen in der Zukunft zu informieren und auf weiterführende Angebote zu verweisen. Informations- und Austauschveranstaltungen zu Engagement können in den Veranstaltungskalender aufgenommen oder sogar in Kooperation mit dem Career Service organisiert werden.

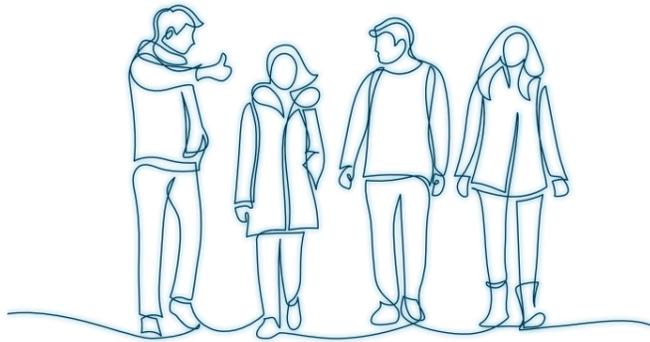
### • • International Office / Akademisches Auslandsamt

Im Hinblick auf die Zielgruppe der internationalen Studierenden ist insbesondere das International Office beziehungsweise das Akademische Auslandsamt ein wichtiger Partner. Als zentrale Anlaufstelle für die internationalen Studierenden ermöglicht es den direkten Kontakt zur Zielgruppe.

Häufig an das International Office beziehungsweise an das Akademische Auslandsamt angegliedert – teilweise aber auch an anderen Stellen der Hochschule zu finden – sind Angebote wie „Buddy-Programme“ oder Organisationsstellen für interkulturelle Veranstaltungen. Auch diese können wichtige Kooperationen darstellen.

#### Buddy-Programm

In einem „Buddy-Programm“ werden bereits am Studienort lebende Studierende mit neu ankommenden internationalen Studierenden zusammengebracht, um ihnen den Einstieg zu erleichtern (zum Beispiel bei der Wohnungssuche, Behördengängen sowie der Orientierung im Alltag und den Abläufen an der Hochschule) und den interkulturellen Austausch zu fördern.



Liegt die Gesamtkoordination beim International Office, könnte dadurch der Fokus auf internationale Studierende als alleinige Zielgruppe gelegt werden. In Abhängigkeit von der strategischen Zielsetzung (Zielgruppenfokus versus allgemeine Engagementförderung von Studierenden) sollte dies berücksichtigt und gegebenenfalls als Querschnittsthema auch an andere Stellen angebunden werden. Zu berücksichtigen ist zudem, dass das International Office zwar die Verbindung zu

den internationalen Studierenden darstellt, in der Regel jedoch keine oder nur wenige Berührungspunkte zu den Themen (Wissens-)Transfer, Engagement oder Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Akteuren hat. Hier sind zusätzliche Beratung und Vernetzung notwendig.

#### • • Studierendenwerk

Studierendenwerke kümmern sich vordergründig um soziale Belange der Studierenden. Ihre Aufgaben umfassen unter anderem die Studienfinanzierung, den Betrieb von Wohnheimen und Kantinen, die Betreuung und Beratung von internationalen Studierenden sowie die Förderung kultureller Angebote. Im Rahmen dieser Tätigkeiten sind sie ein wichtiger **Multiplikator** für die Erreichbarkeit der Studierenden. Beispiele hierfür sind die Bewerbung des Themas Engagement und entsprechende Veranstaltungen in den Wohnheimen und im Rahmen der Beratungstätigkeit.

#### • • Allgemeiner Studierendenausschuss (AStA) beziehungsweise Studierendenrat (StuRa) und studentische Initiativen

Der AStA oder StuRa ist als selbstverwaltete Vertretung der Interessen der Studierenden, ebenso wie studentische Initiativen, ein wichtiger Ansprechpartner und eine wichtige Verbindung zur Zielgruppe. Der AStA oder StuRa gliedert sich häufig in Fachreferate oder Arbeitsgruppen auf, wobei an vielen Hochschulen auch eigene Interessengruppen für internationale Studierende existieren, die im Hinblick auf diese Zielgruppe kontaktiert werden können.

#### • • Sprachzentren und Studienkolleg

Der Erwerb von Sprachkompetenzen, insbesondere von Deutschkenntnissen, ist für viele internationale Studierende von zentraler Bedeutung. Die universitären Sprachzentren sind somit eine gute Anlaufstelle für den Kontakt zur Zielgruppe. Hier spielt vor allem der positive Effekt von Engagement auf die Sprachkompetenz eine zentrale Rolle.

Durch die Zusammenarbeit mit dem lokalen Studienkolleg können zudem junge internationale Erwachsene bereits vor dem Beginn des Studiums erreicht und begleitet werden.

#### • • Einzelne Fakultäten und Lehrstuhlinhaber\*innen

Die Zusammenarbeit mit Fakultäten, Lehrstuhlinhaber\*innen und Professor\*innen ist ein weiterer wichtiger Baustein zur Etablierung von Engagement in der Hochschule, insbesondere in Bezug auf die curriculare Verankerung des Engagements. Es lohnt sich festzustellen, in welchen Lehrveranstaltungen bereits didaktische Ansätze wie Service Learning zum Einsatz kommen. Darüber hinaus können die Lehrstuhlinhaber\*innen über die Möglichkeiten des Service Learning informiert und bei der Umsetzung beraten und unterstützt werden (siehe hierzu auch [S. 100](#)).

#### • • Pressestelle

Durch den Austausch mit der Fachöffentlichkeit und eine gut geplante Kooperation mit Presse und Medien können Hochschulen ihren Beitrag zur Engagementförderung bekannt machen und so ihr eigenes Profil in der Öffentlichkeit schärfen. Der Kontakt zur Pressestelle der Hochschule ermöglicht es, über die Aktivitäten zu berichten und somit auch über die Hochschule hinaus auf das Vorhaben aufmerksam zu machen.

## Kooperationsfindung in der Zivilgesellschaft

Neben der Verortung des Themas und Vernetzung innerhalb der Hochschule ist es von zentraler Bedeutung, Kooperationspartner\*innen in der Zivilgesellschaft zu gewinnen. Auf diese Weise können die vorhandene Engagementexpertise der zivilgesellschaftlichen Organisationen und die bestehenden Strukturen für das Engagement der Studierenden genutzt werden, anstatt diese von Grund auf neu aufzubauen.

Für Hochschulen ist eine grundständige Bestandsaufnahme potenzieller Partner\*innen in der Zivilgesellschaft zunächst erst einmal ressourcenaufwendig. Hier empfehlen wir die Kooperation mit einer zivilgesellschaftlichen Organisation, die als **Mittlerorganisation** in die Stadtgesellschaft und die lokale Landschaft der (zivilgesellschaftlichen) Akteure hineinwirken kann. Besonders geeignet sind hierfür örtliche **Freiwilligenagenturen** (auch: Freiwilligenzentren, Ehrenamtsagenturen).

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) beschreibt Freiwilligenagenturen als:

*„[...] Expertinnen für bürgerschaftliches Engagement. Sie geben dem Engagement einen zentralen Ort und eine starke Stimme. Freiwilligenagenturen handeln und bringen ins Handeln: Sie beraten und begeistern zur Mitwirkung. Alle, die Möglichkeiten oder Mitstreiter\*innen suchen, sind herzlich willkommen. Mit offenen Ohren und weitem Blick sind Freiwilligenagenturen Wegbereiterinnen und Wirkstätten für eine lebendige Demokratie“* (siehe hierzu [bagfa](#)).



Tobias Kemnitzer  
Geschäftsführer der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen

*„Hochschulen sind interessante Partnerinnen für Freiwilligenagenturen, besonders im Hinblick auf einen wechselseitigen Wissenstransfer im Engagement. Freiwilligenagenturen sind beste Kennerinnen des gesamten Spektrums zivilgesellschaftlicher Organisationen vor Ort und von deren Engagement. Sie wissen, wie sich Bedarfe verändern, und sie handeln mit den höchsten Gütern: Zusammenhalt und Teilhabe. Als Mittlerin führen sie Engagementinteressierte mit Rat und Tat an Organisationen heran, leiten und begleiten sie durch die Engagementlandschaft.“*

Als intermediäre Organisationen haben sich Freiwilligenagenturen in den vergangenen 20 Jahren zu kompetenten Projektentwicklerinnen und Partnerinnen entwickelt, die über hoch qualifiziertes Personal verfügen, in ihrem Wirkungsbereich gut vernetzt sind und ein hervorragendes Überblickswissen über die Zivilgesellschaft vor Ort besitzen. Bei der Suche nach passenden Partner\*innen kann die Zusammenarbeit mit einer Freiwilligenagentur vor Ort entlastend und zeitsparend sein.

Wie aber findet man eine geeignete Mittlerorganisation im Umkreis der Hochschule? Die Landschaft an Freiwilligenagenturen, Freiwilligenzentren oder Ehrenamtsagenturen ist vielfältig. Als erste Anlaufstelle bei der Suche nach einer geeigneten Mittlerorganisation ist ein Besuch der bagfa-Informationskanäle hilfreich. Im  **AgenturAtlas** der bagfa sind mehr als 400 Freiwilligenagenturen aus ganz Deutschland verzeichnet.

Alternativ zu Freiwilligenagenturen bieten sich auch andere engagementfördernde Einrichtungen wie Bürgerstiftungen oder lokale Dachverbände, Verbände der freien Wohlfahrtspflege oder andere größere Zusammenschlüsse von Organisationen als lokale Kooperationspartnerinnen an.

### Zusammenfassung:

- Die Kooperation mit der Zivilgesellschaft und die Förderung des Engagements der Studierenden helfen den Hochschulen, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, und fördern den wechselseitigen Wissenstransfer. Eine entsprechende Profilbildung ist für Fördermittelgeber interessant.
- Durch die Praxiserfahrung im Engagement erlangen die Studierenden wichtige (Schlüssel-) Kompetenzen, bauen ein soziales Netzwerk auf und können ihre Deutschkenntnisse verbessern. Dies trägt zum Studienerfolg bei.
- Die steigende Zufriedenheit der Studierenden hat einen positiven Einfluss auf die Standortattraktivität der Hochschule und die Entwicklung von Bleibeoptionen.
- Feste interne Strukturen helfen, das Thema nachhaltig zu verankern: Zu empfehlen ist die Schaffung einer sichtbaren zuständigen Stelle als Ansprechpartnerin für die Zivilgesellschaft. Weitere sinnvolle interne Zuständigkeiten liegen bei Transferstellen der Hochschule, Anlaufstellen für Service Learning, dem International Office, dem Career Service, einzelnen Fachbereichen und Lehrstuhlinhaber\*innen für die curriculare Verankerung des Themas und der Pressestelle.
- Zur Erreichung der Zielgruppe ist die Zusammenarbeit mit dem Studierendenwerk, dem AstA beziehungsweise StuRa und studentischen Initiativen sowie Sprachzentren und Studienkollegs empfehlenswert.
- Als Kooperationspartnerin in der Zivilgesellschaft eignen sich besonders örtliche Freiwilligenagenturen, die als Mittlerorganisationen in die lokale Landschaft der (zivilgesellschaftlichen) Akteur\*innen hineinwirken können.

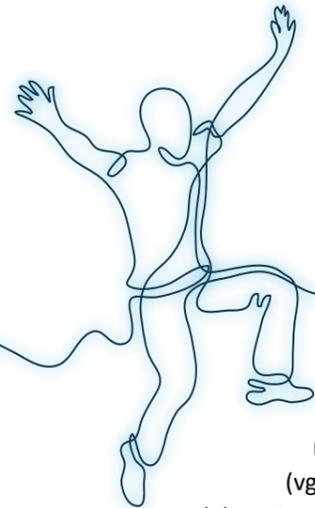
## Kapitel 2

# ZIVILGESELLSCHAFTLICHE ORGANISATIONEN

## Zivilgesellschaftliche Organisationen

*Dieses Kapitel richtet sich an Vertreter\*innen der organisierten Zivilgesellschaft, sei es in gemeinnützigen Organisationen, Initiativen oder Freiwilligenagenturen. Zunächst werden die Chancen der Öffnung für das Engagement der Studierenden beschrieben. Anschließend werden notwendige Rahmenbedingungen für das Engagement und Anlaufstellen für Kooperationspartner\*innen an der Hochschule dargestellt.*

### Studierende als Engagierte: eine interessante Zielgruppe für die Zivilgesellschaft



Für zivilgesellschaftliche Organisationen, die mit Freiwilligen zusammenarbeiten, sind Studierende eine höchst willkommene und attraktive Zielgruppe. Verschiedene Studien zeigen, dass es traditionellen Verbänden und Vereinen zunehmend schwerer fällt, freiwillig Engagierte für dauerhafte Engagements oder für ehrenamtliche Leitungsfunktionen zu finden. Gleichzeitig ist die Engagementquote von jüngeren Menschen in Deutschland seit 1999 kontinuierlich gestiegen. Zum Zeitpunkt der vierten Erhebung des Freiwilligen surveys 2019 haben sich 42 Prozent der jüngeren Menschen in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen freiwillig engagiert. Menschen mit höherer Bildung engagieren sich darüber hinaus deutlich häufiger (vgl. BMFSFJ 2021, S. 16–17). Für Organisationen bieten Hochschulen daher einen Zugang zu einer großen Gruppe an potenziell Engagierten.

Bezogen auf das Engagementverhalten von Studierenden zeigt die Studie „Teilhabe durch Engagement“ von Susanne Huth, bei der das Engagement auch in Zusammenhang mit dem Migrationsstatus untersucht wird, kaum Unterschiede zwischen der Gruppe der Studierenden ohne Migrationshintergrund und der Gruppe der Studierenden mit Migrationshintergrund, die in Deutschland geboren wurden und die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen (sogenannte 2. Generation). In Deutschland geborene Studierende ohne deutsche Staatsangehörigkeit, Studierende, die nicht in Deutschland geboren sind, aber ihren Schulabschluss in Deutschland erworben haben, sowie internationale Studierende sind hingegen signifikant seltener freiwillig engagiert als ihre Kommiliton\*innen (vgl. Huth 2018). Die gezielte Ansprache gerade dieser Gruppe birgt daher viel Potenzial.

In einer nicht repräsentativen Umfrage an der Martin-Luther-Universität gaben 64 Prozent der befragten internationalen Studierenden und der Studierenden mit Migrationsgeschichte an, über Engagementerfahrungen zu verfügen, wobei 17 Prozent von ihnen aktuell ein Engagement ausübten. Das große Engagementpotenzial deutet sich darin an, dass 72 Prozent der engagierterfahrenen Studierenden bereit wären, sich erneut zu engagieren oder ihr Engagement

auszuweiten. Neben der zeitlichen Komponente sind es besonders Sprachbarrieren und das fehlende Wissen über Engagementmöglichkeiten, die die internationalen Studierenden von einem Engagement abhalten (vgl. Backhaus-Maul et al. 2018).

Für zivilgesellschaftliche Organisationen ist das Engagement von Studierenden aus anderen Herkunftsländern gleich in mehrfacher Weise interessant. Neben neuen Impulsen für die eigene Arbeit bieten Aspekte wie interkulturelle Kompetenz und Öffnung eine Chance für die Organisationsentwicklung. Es sind vor allem Herausforderungen von globaler Bedeutung wie zum Beispiel Klimawandel, Flucht und Migration, Epidemien oder zunehmender Rechtsextremismus, bei denen eine Internationalisierung des Engagements für die Gesellschaft viel bewirken kann. Im Folgenden werden einige Potenziale des Engagements der Studierenden für zivilgesellschaftliche Organisationen näher beleuchtet.



#### • • Internationalisierung und interkulturelle Öffnung

Für die Stadtgesellschaft und zivilgesellschaftliche Organisationen können die Studierenden für einen verstärkten kulturellen Austausch sorgen und dabei helfen, die **interkulturellen Kompetenzen** der zivilgesellschaftlichen Organisationen weiter auszubauen. Darüber hinaus bringen die Studierenden mit ihrem Engagement internationale Erfahrungen in die Organisationen und können eine **interkulturelle Perspektive** mit Eindrücken aus ihren Herkunftsländern bieten. Daraus lassen sich neue Impulse für die Arbeit und Synergieeffekte durch gemeinsame internationale Projekte ableiten. Dies bietet die Chance, neue Angebote aufzubauen, die zuvor aufgrund fehlenden (kulturellen) Wissens nicht möglich waren. Zudem bietet die Einbindung der Studierenden die Möglichkeit der **interkulturellen Öffnung** von Organisationen und Einrichtungen. Vorurteile und (Berührungs-)Ängste sowohl von anderen Teammitgliedern als auch von Nutzer\*innengruppen können abgebaut und Barrieren in der Gesellschaft durch die persönliche Begegnung minimiert werden.

### • • Unterstützung und fachliche Weiterentwicklung

Zivilgesellschaftliche Organisationen erhalten über die Studierenden neben der Unterstützung für ihre Arbeit Zugang zu neuesten Wissensständen aus der Hochschule. Gerade dann, wenn die inhaltliche Passung zwischen dem Engagement in der Organisation und dem Studium gegeben ist, ist der fachliche Zugewinn für die zivilgesellschaftlichen Organisationen besonders groß – beispielsweise, wenn Studierende aus einem naturwissenschaftlichen Studium MINT<sup>1</sup>-Projekte von Organisationen unterstützen, Agrar- und Ernährungswissenschaftler\*innen sich im Bereich Umweltschutz engagieren, angehende Medien- und Kommunikationswissenschaftler\*innen Social-Media-Kampagnen planen oder Jurastudierende mit Schwerpunkt Migrationsrecht Menschenrechtsorganisationen unterstützen.

### • • Potenzielle Fachkräftegewinnung

Genauso wie für den Wirtschaftssektor sind Hochschulabsolvent\*innen auch für den Non-Profit-Bereich eine höchst interessante Zielgruppe für die Personalgewinnung, insbesondere für Leitungsfunktionen. Neben Sozial-, Kultur- und Naturwissenschaftler\*innen oder IT-Spezialist\*innen haben viele dieser Organisationen auch einen Bedarf an Wirtschaftsabsolvent\*innen oder Jurist\*innen. Sie bilden den Unterbau der Non-Profit-Organisationen (zum Beispiel Verbände, Vereine, Stiftungen) und machen deren soziales oder ökologisches Engagement überhaupt erst möglich. Über das Engagement können Organisationen potenzielle Nachwuchskräfte kennenlernen und an sich binden. Andersherum lernen die Studierenden über das Engagement Berufsfelder und Tätigkeitsbereiche kennen, die für sie als zukünftige Arbeitnehmer\*innen interessant sein können.



Markus Priesterath  
Referent im Bundesministerium  
des Innern und für Heimat

„Durch die Einbeziehung der Hochschulen und Student\*innen in ehrenamtliche Aktivitäten kann die Engagementstruktur vor Ort noch einmal eine zusätzliche Bereicherung erfahren. Gleichzeitig bietet ein Engagement am Hochschulstandort gerade den internationalen Studierenden die Möglichkeit, das gesellschaftliche Leben schneller und intensiver kennenzulernen, Kontakte zu knüpfen und darüber echte Teilhabe und Integration zu erfahren.“

### • • Unterstützung der Integration der Studierenden

Zivilgesellschaftliche Organisationen können durch die Ermöglichung eines Engagements in ihren Tätigkeitsfeldern einen entscheidenden Beitrag für die gesellschaftliche **Integration, Teilhabe und die Entwicklung von Bleibeoptionen** für die Studierenden leisten.

Studierende, die nicht in Deutschland geboren wurden und ihre Bildungsbiografie nicht in Deutschland durchlaufen haben, erzielen oft schlechtere Prüfungsergebnisse als ihre Kommiliton\*innen und brechen das Studium häufiger ab. Der Forschungsbericht des Sachverständigenrats für Integration und Migration (SVR) aus dem Jahr 2017 identifiziert als Ursachen hierfür sprachliche, fachliche und finanzielle Schwierigkeiten sowie eine soziale Isolation (vgl. Morris-Lange 2017). Untersuchungen zeigen die positiven Effekte eines Engagements auf die folgenden drei Aspekte:

<sup>1</sup> Abkürzung für die Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.

### • • Sprachkenntnisse

Durch den regelmäßigen Kontakt mit Menschen aus der Region verbessern sich die Sprachkenntnisse der Studierenden, insbesondere dann, wenn sie an der Hochschule in einem rein englischsprachigen Studiengang studieren. Das Engagement bietet ihnen durch die praktische Anwendung eine günstige Lernumgebung für die Verbesserung ihrer Deutschkenntnisse. Da fehlende Sprachkenntnisse einer der Gründe für eine höhere Abbruchquote im Studium sind, kann ein Engagement vor Ort den Studierenden dabei helfen, ihr Studium erfolgreich zu beenden und ihre Chancen auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu erhöhen.

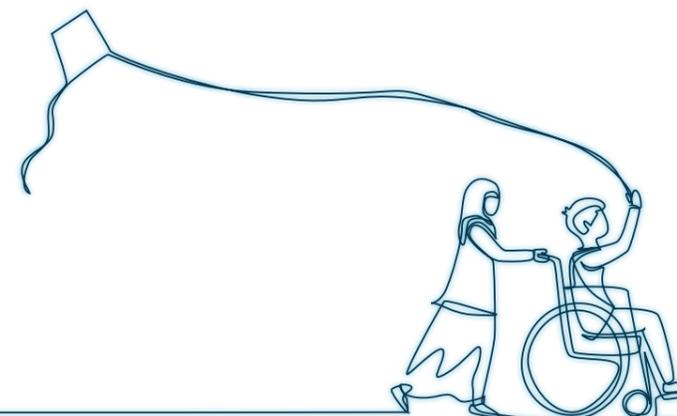
### • • Identifikation mit dem Hochschulstandort

Die relative Isolation (insbesondere internationale Studierende bleiben häufig sowohl im Studium als auch in Wohnheimen „unter sich“) und die mangelnden Berührungspunkte mit der Gesellschaft vor Ort tragen dazu bei, dass die Studierenden kaum oder gar keine Bindung zum Hochschulort aufbauen und keine Bleibeoptionen für sich sehen. Engagement kann einen Beitrag dazu leisten, dass sie sich stärker mit der Stadt ihrer Hochschule identifizieren. Die Studierenden verlassen hierdurch den Hochschulcampus, lernen die Stadt kennen und erleben die Arbeit von zivilgesellschaftlichen Organisationen. Durch den Einsatz in den Organisationen und das Gefühl, einen eigenen Beitrag zum Gemeinwohl zu erbringen, erhöht sich die **Bindung an den Studienort**. Im besten Fall bleiben die Studierenden der Organisation längerfristig erhalten und ziehen sie später möglicherweise als Arbeitgeberin in Erwägung.

### • • Praxiserfahrung und Soft Skills

Für viele Studierende ist ein Engagement die erste Möglichkeit, Praxiserfahrungen außerhalb der Hochschule zu sammeln. So können sie zum Beispiel in Seminaren erworbene Fähigkeiten und Kenntnisse in ihrem Engagement anwenden und erweitern. Das Engagement muss hierbei jedoch nicht an das Studienfach gebunden sein: Auch sogenannte **Schlüsselqualifikationen** können während eines Engagements erworben und ausgebaut werden.

Ein Engagement kann zudem ein guter Einstieg für ein Praktikum im Rahmen des Studiums sein: zunächst als Orientierung, um eigene Interessen herauszufinden und neue Kompetenzen zu erwerben. Darauf aufbauend finden die Studierenden leichter einen geeigneten Praktikumsplatz – sie sind besser in der Stadt vernetzt und haben vielfältige Kontakte. Darüber hinaus können sie das Engagement in ihrem Lebenslauf erwähnen und werden so für zukünftige Praktikums- und Arbeitsstellen interessanter.



## Rahmenbedingungen und Ausgestaltung des Engagements



Das Engagement von Studierenden der Zielgruppe ist prinzipiell für alle Organisationen und Einrichtungen relevant, die neue Freiwillige für ihre Arbeit gewinnen möchten. Dies gilt für das gesamte Spektrum gesellschaftlicher Handlungsbereiche von Verbänden, Vereinen, Stiftungen, Kirchengemeinden, freien Initiativen und Gruppen, aber auch

für öffentliche Einrichtungen mit Gemeinwohlbezug. Von allen Organisationsformen sollten vor der Gewinnung und Einbindung der Studierenden verschiedene Aspekte bedacht werden.

### • • Engagementformen und Zeitressourcen

Nicht nur im Hinblick auf Studierende als Engagierte zeichnet sich seit vielen Jahren ein Strukturwandel des Engagements ab. Dieser beschreibt neben dem Wandel von Organisations- vor allem auch veränderte Engagementformen. So ist ein deutlicher Trend zur Informalisierung von Engagement zu beobachten: Engagierte bauen seltener eine langfristige Bindung zu einer Organisation auf und finden Zugänge zum Engagement zunehmend über **informelle Initiativen und Projekte**, anstatt wie bisher über klassische Vereinsstrukturen. Dies trifft vorwiegend auf jüngere Menschen zu. Daneben gewinnen digitale Engagementformen immer mehr an Bedeutung.

Zusätzlich zu dieser Entwicklung sollten Organisationen weitere Faktoren bedenken, die Einfluss auf die Entscheidung für ein Engagement haben. Gerade bei Studierenden geht es zunächst einmal um das **Zeitbudget**. Neben der reinen Zeit für das Studium wie etwa Vorlesungen, Seminare, Hausarbeiten oder Klausurvorbereitungen müssen vor allem internationale Studierende Nebenjobs nachgehen, um ihr Studium finanzieren zu können.

Darüber hinaus ist eine langfristige Strukturierung des Alltags für viele Studierende nicht möglich. Stundenpläne und Anforderungen ändern sich jedes Semester, daher können Studierende häufig nur semesterweise (von April bis September und von Oktober bis März) planen. Die vorlesungsfreie Zeit ist häufig mit (Pflicht-)Praktika, Klausuren und Hausarbeiten gefüllt. Sofern das Engagement nicht Teil des Studiums ist (zum Beispiel im Rahmen von Service-Learning-Seminaren), sollten Organisationen bei ihren Engagementangeboten daher eher **zeitflexible, zeitlich begrenzte** sowie **ortsunabhängige (zum Beispiel digitale) Engagements** in Betracht ziehen. Auch längerfristige Engagements sind natürlich möglich, müssen sich aber den zeitlichen Ressourcen und Veränderungen der Studierenden anpassen können. Zudem sind Engagements in Form von einzelnen Projekten geeignet.

### • • Anforderungen an das Freiwilligenmanagement

Grundsätzlich gelten für eine gelungene Zusammenarbeit mit den Studierenden dieselben Empfehlungen zum Freiwilligenmanagement wie bei anderen Freiwilligen auch, an einigen Stellen mit spezifischeren Akzenten. Aus den Rückmeldungen und Wünschen der teilnehmenden Studierenden, die in den Projekten *Students meet Society* und *STUDIUM HOCH E* gesammelt wurden, können die folgenden Aspekte hervorgehoben werden:

### • *Persönliche Ansprechpartner\*innen*

Gerade internationale Studierende berichten häufig über Hemmungen aufgrund von Unsicherheiten und Sprachbarrieren beim Zugehen auf eine Organisation. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit besitzt der Erstkontakt hier eine besondere Bedeutung. Um sich bei Fragen nicht allein gelassen zu fühlen, benötigen die Freiwilligen eine feste Ansprechperson, die mit allen Belangen der Freiwilligenarbeit in der Organisation vertraut ist und sich insbesondere in der Anfangsphase regelmäßig Zeit für die Studierenden nimmt.

### • *Ausführliches Erstgespräch zur Klärung der gegenseitigen Erwartungen*

Ein ausführliches Erstgespräch zum Kennenlernen und zur Klärung gegenseitiger Erwartungen ist für den Erfolg der Zusammenarbeit ein wichtiger Grundstein. Bei den gemeinsamen Überlegungen zu einem passenden Aufgabenfeld sollten die zeitliche Gestaltung, individuelle Voraussetzungen und Interessen der Studierenden sowie ihr Vorwissen unbedingt Berücksichtigung finden. Auch die Verantwortung, die durch die Freiwilligen übernommen wird, die Möglichkeit der Umsetzung eigener Vorstellungen und inwieweit sie selbst Entscheidungen treffen möchten und dürfen, sollten die Beteiligten schon zu Beginn thematisieren. So werden auf beiden Seiten keine falschen Vorstellungen oder Erwartungen geweckt.



Ein guter Einstieg in die freiwillige Tätigkeit kann durch eine gemeinsam verabredete **Probephase** unterstützt werden, die aus einem oder mehreren Treffen besteht. Die Studierenden können sich so unverbindlich die Arbeitsbereiche ansehen und feststellen, ob diese ihren Vorstellungen und Fähigkeiten entsprechen. Auch für die hauptamtlichen Mitarbeiter\*innen gibt es so die Möglichkeit, die Zusammenarbeit mit den Freiwilligen ohne Druck zu prüfen.

### • *Verlässliche Absprachen und regelmäßiger Austausch*

Grundlegend für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Studierenden im Engagement sind detaillierte Absprachen über die Aufgaben- und Kompetenzbereiche der Freiwilligen. Eine möglichst genaue Aufgabenbeschreibung schützt beide Seiten vor Über- und Unterforderung und wirkt Missverständnissen entgegen. Sowohl für die Studierenden als auch für viele Organisationen ist eine verlässliche Planung wichtig: Kurzfristige Terminänderungen oder spontane Anfragen

führen zu Überforderung. Das A und O einer erfolgreichen Zusammenarbeit sind außerdem eine gute **Erreichbarkeit der Verantwortlichen** und die verbindliche **Einhaltung von Absprachen** auf beiden Seiten. Die Studierenden sind als Außenstehende am Anfang besonders darauf angewiesen.

Aufgaben und Rahmenbedingungen können sich im Lauf der Zeit ändern. Daher ist es wichtig, mit den Freiwilligen fortlaufend Gespräche zu führen und Änderungen gemeinsam festzulegen. Darüber hinaus sind regelmäßige **Reflexions- und Feedbackgespräche** mit den Studierenden sinnvoll. Nicht alle Freiwilligen trauen sich, Unbehagen zu äußern oder Kritik vorzubringen, sondern bleiben im schlimmsten Fall ihrer Tätigkeit irgendwann fern. Die Gespräche bieten die Gelegenheit, auf Fragen und Probleme zeitnah einzugehen sowie Erfahrungen und Wünsche zu thematisieren und in Einklang zu bringen (siehe hierzu auch  S. 93).

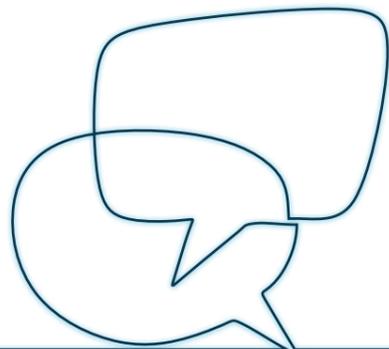
#### • **Kulturelle Sensibilität und Offenheit für vielfältige Freiwillige**

Wichtige Voraussetzungen für die Zusammenarbeit von vielfältigen Freiwilligen in einer Organisation sind ein respektvoller Umgang untereinander sowie ein ressourcenorientierter Blick. Die Studierenden müssen als ebenbürtige Freiwillige wahrgenommen werden, die mit ihren Kompetenzen das Team bereichern. Prinzipiell sind Organisationen und Einrichtungen geeignet, die keine bestimmte Religionszugehörigkeit für ihre Freiwilligen für erforderlich halten – so sollte etwa die Frage geklärt sein, ob in einem christlichen Kindergarten auch Menschen ohne christlichen Hintergrund freiwillig aktiv sein können. Darüber hinaus sollten die Mitarbeitenden in der Organisation eine gewisse Sensibilität für religiöse Besonderheiten, Alltagsrituale und Feste haben. Berücksichtigung des Schabbats bei jüdischen Studierenden, des Ramadan bei muslimischen Freiwilligen oder die Kenntnis von wichtigen religiösen Feiertagen kennzeichnen eine gute Sensibilität gegenüber Glaubenspraxen von Freiwilligen generell und sind ebenfalls **Ausdruck von Wertschätzung und Offenheit**.

#### • **Umgang mit Kommunikationsbarrieren**

Die Vorstellungen über passende Einsatzmöglichkeiten für Studierende mit geringen Deutschkenntnissen gehen zwischen den Freiwilligen und den Organisationen manchmal auseinander. Die Studierenden wollen in ihrem Engagement oftmals ihre neu erworbenen Deutschkenntnisse anwenden. Allerdings setzen Organisationen die Studierenden oft extra in solchen Engagementfeldern ein, die möglichst ohne Sprache auskommen.

Hilfreich ist die Nutzung einer **einfachen, gut verständlichen Sprache**. Diese lässt sich schon dadurch erreichen, dass eher kurze Sätze und Wörter verwendet und keine Fremdwörter benutzt werden, vieles erläutert, nachgefragt und das Sprechtempo angepasst wird. Nützlich sind die Regeln der Leichten Sprache – ein festes Regelwerk einer vereinfachten Sprache, die ursprünglich in der Arbeit mit kognitiv beeinträchtigten Menschen Verwendung fand, heute aber auch in der Kommunikation mit Menschen genutzt wird, deren Erstsprache nicht Deutsch ist. Zudem ist von Vorteil, wenn in der Organisation passende fremdsprachliche Ressourcen zur Verfügung stehen, zum Beispiel andere Freiwillige, die Englisch oder die Herkunftssprache der Studierenden sprechen.



#### • **Anerkennung und Wertschätzung**

Wenn Studierende in ihrem Engagement Anerkennung erleben und sich wertgeschätzt fühlen, sind sie länger motiviert, dabeizubleiben. Bereits ein Dankeschön oder Lob zwischendurch motiviert immer wieder. Generell gilt: Die Anerkennungsbedürfnisse sind so vielfältig wie die Menschen selbst. Sie reichen von dem Bedürfnis nach wertschätzenden sozialen Kontakten über die Anerkennung der individuellen Fähigkeiten bis hin zu öffentlicher Würdigung. Als Organisation sollte man sich daher genau überlegen, für wen welche Form der Anerkennung und Wertschätzung die beste ist und von der Organisation geleistet werden kann. Etablierte Formen der Anerkennungskultur sind zum Beispiel: kostenlos angebotene Fortbildungen, Dankeschönveranstaltungen, Auslagenersatz, Referenzen, Feste und Würdigungen durch Öffentlichkeitsarbeit. Eine einfache und für Studierende sinnvolle Form der Anerkennung ist zum Beispiel ein **Engagement- oder Kompetenznachweis**. Dieser kann im Lebenslauf erwähnt werden und hilft bei zukünftigen Bewerbungen (siehe hierzu auch  S. 95).



## Anlaufstellen für Kooperationen an der Hochschule

Für zivilgesellschaftliche Organisationen ist es häufig schwierig, die richtigen Ansprechpartner\*innen für eine Kooperation an der Hochschule zu identifizieren. Kaum eine Hochschule hat auf ihrer Website eine eigene Rubrik und benannte Ansprechpartner\*innen für Zivilgesellschaft oder Engagement. Eine Zusammenarbeit ergibt sich meist zufällig, zum Beispiel über private Netzwerke oder über einzelne Hochschulmitarbeitende, die gezielt Organisationen ansprechen. Auch für die Kontaktaufnahme gibt es keine Patentlösung, da Kompetenzbereiche an jeder Hochschule unterschiedlich verteilt sind. Sofern vorhanden, können folgende Anlauf- oder hochschulinterne Stellen angesprochen werden:

#### • **Transferstelle der Hochschule**

An manchen Hochschulen gibt es mittlerweile Transferstellen (manchmal auch Transferservice, Transferzentrum oder unter anderen Begriffen zu finden), die nicht nur den Technologietransfer befördern, sondern auch den Wissensaustausch mit der Gesellschaft stärker integrieren und bereits über ein ausgeprägtes Kooperationsmanagement mit externen Partner\*innen verfügen. Im besten Fall ist in solchen Transferstellen das Thema Service Learning oder Engagementförderung bereits integriert.<sup>2</sup>

#### • **Anlaufstelle für Service Learning**

Auch haben sich an Hochschulen zum Teil hochschulinterne Anlaufstellen für Service Learning etabliert. Eine solche Anlaufstelle kann je nach Hochschule anders angebunden sein. Denkbar sind zum Beispiel die beschriebenen Transferstellen, häufig wird das Thema auch dem Bereich „Studium und Lehre“ zugeordnet. Beispiele für konkrete Anlaufstellen sind eigene Zentren für gesellschaftliche Verantwortung<sup>3</sup> oder entsprechende Anlaufstellen im Bereich für (Schlüssel-)Kompetenzen.

<sup>2</sup> Zum Beispiel UniKasselTransfer: <https://www.uni-kassel.de/einrichtung/ukt/startseite>

<sup>3</sup> Zum Beispiel Zentrum für gesellschaftliches Lernen und soziale Verantwortung UNIAKTIV: <https://www.uniaktiv.org/>



### • • Career Service

Der Career Service (auch: Career Centre, Professional Center) an Hochschulen unterstützt die Studierenden beim Sammeln von Praxiserfahrungen, beim Berufseinstieg und informiert häufig über Zugänge zum Engagement als weiterführende Angebote. Career Services zeigen sich in der Regel offen für gemeinsame Informationsveranstaltungen zum Engagement und verweisen auf ihren Webseiten auf Engagementmöglichkeiten und Engagementpartner\*innen.

### • • International Office / Akademisches Auslandsamt

Im Hinblick auf die Zielgruppe der internationalen Studierenden kann insbesondere das International Office beziehungsweise das Akademische Auslandsamt an der Hochschule ein guter Zugangsweg sein. Als zentrale Anlaufstelle für die internationalen Studierenden ermöglicht es den direkten Kontakt zu dieser Zielgruppe.

Häufig an das International Office angegliedert – teilweise aber auch an anderen Stellen der Hochschule zu finden – sind Angebote wie „Buddy-Programme“ oder Organisationsstellen für interkulturelle Veranstaltungen. Auch diese können wichtige Kooperationspartnerinnen in Bezug auf die Erreichbarkeit der Zielgruppe darstellen (Erklärung „Buddy-Programme“ siehe auch  S. 23).

### • • Studierendenwerk

Studierendenwerke kümmern sich vordergründig um soziale Belange der Studierenden. Ihre Aufgaben umfassen unter anderem die Studienfinanzierung, den Betrieb von Wohnheimen und Kantinen, die Betreuung und Beratung von internationalen Studierenden sowie die Förderung kultureller Angebote  [www.studentenwerke.de](http://www.studentenwerke.de). Im Rahmen dieser Tätigkeiten sind sie ein wichtiger **Multiplikator** für die Erreichbarkeit der Studierenden. Beispiele hierfür sind die Bewerbung des Themas Engagement sowie entsprechende Veranstaltungen in den Wohnheimen und im Rahmen der Beratungstätigkeit.

### • • Allgemeiner Studierendenausschuss (AStA) beziehungsweise Studierendenrat (StuRa) und studentische Initiativen

Der AStA oder StuRa ist als selbstverwaltete Vertretung der Interessen der Studierenden, ebenso wie studentische Initiativen, ein wichtiger Ansprechpartner und eine wichtige Verbindung zur Zielgruppe. Der AStA oder StuRa gliedert sich häufig in Fachreferate oder Arbeitsgruppen auf, wobei an vielen Hochschulen auch eigene Interessengruppen für internationale Studierende existieren, die im Hinblick auf diese Zielgruppe kontaktiert werden können.

### • • Sprachzentren und Studienkolleg

Der Erwerb von Sprachkompetenzen, insbesondere von Deutschkenntnissen, ist für viele internationale Studierende von zentraler Bedeutung. Die (universitären) Sprachzentren sind somit eine gute Anlaufstelle für den Kontakt zur Zielgruppe. Hier spielt vor allem der positive Effekt von Engagement auf die Sprachkompetenz eine zentrale Rolle.

#### Studienkolleg

Studienkollegs sind Bildungseinrichtungen, in denen Studienbewerber\*innen aus dem Ausland, die nicht über eine in Deutschland anerkannte Hochschulberechtigung verfügen, auf ein wissenschaftliches Studium an einer deutschen Hochschule vorbereitet werden. Sofern am Hochschulstandort vorhanden, können durch die Zusammenarbeit mit einem Studienkolleg junge internationale Erwachsene bereits vor dem Beginn des eigentlichen Studiums angesprochen werden.

## Zusammenarbeit mit einer lokalen Mittlerorganisation

In den beiden Projekten, deren Erfahrungen in die Erstellung dieses Leitfadens eingeflossen sind, haben jeweils Freiwilligenagenturen vor Ort die Kooperation mit der Hochschule entwickelt und die Zugänge von Studierenden zu zivilgesellschaftlichen Organisationen erschlossen.

Freiwilligenagenturen sind eine elementare Infrastruktur zur Förderung des lokalen Engagements. Sie wirken sowohl als Anlauf- und Beratungsstellen für alle Menschen, die sich engagieren möchten, als auch für alle Organisationen, Vereine und Initiativen, die mit Freiwilligen zusammenarbeiten wollen. Die meisten Freiwilligenagenturen (auch: Freiwilligenzentren, Ehrenamtsagenturen oder Ähnliches) verstehen sich als **Mittlerorganisation**, die in die gesamte Engagementlandschaft hineinwirkt, in lokale Netzwerke für Engagement eingebunden ist oder diese selbst koordiniert und mit vielen lokalen Akteuren und Organisationen kooperiert.

Als intermediäre Organisationen haben sich Freiwilligenagenturen in den vergangenen 20 Jahren zu hoch kompetenten Projektentwicklerinnen und Partnerinnen entwickelt, die über qualifiziertes Personal verfügen, in ihrem Wirkungsbereich gut vernetzt sind und teilweise schon mit Hochschulen im Bereich Engagement zusammenarbeiten. Bei der Ansprache der Hochschule kann die Zusammenarbeit mit einer lokalen Freiwilligenagentur als Mittlerorganisation Erfolg versprechender sein als das Zugehen auf die Hochschule im Alleingang.

Sofern es noch keinen Kontakt zu einer regionalen Freiwilligenagentur gibt, lohnt sich ein Blick in den  **AgenturAtlas** der bagfa zum Finden einer Freiwilligenagentur in der Nähe (Stand Oktober 2022 listet der Atlas deutschlandweit 423 Freiwilligenagenturen auf).

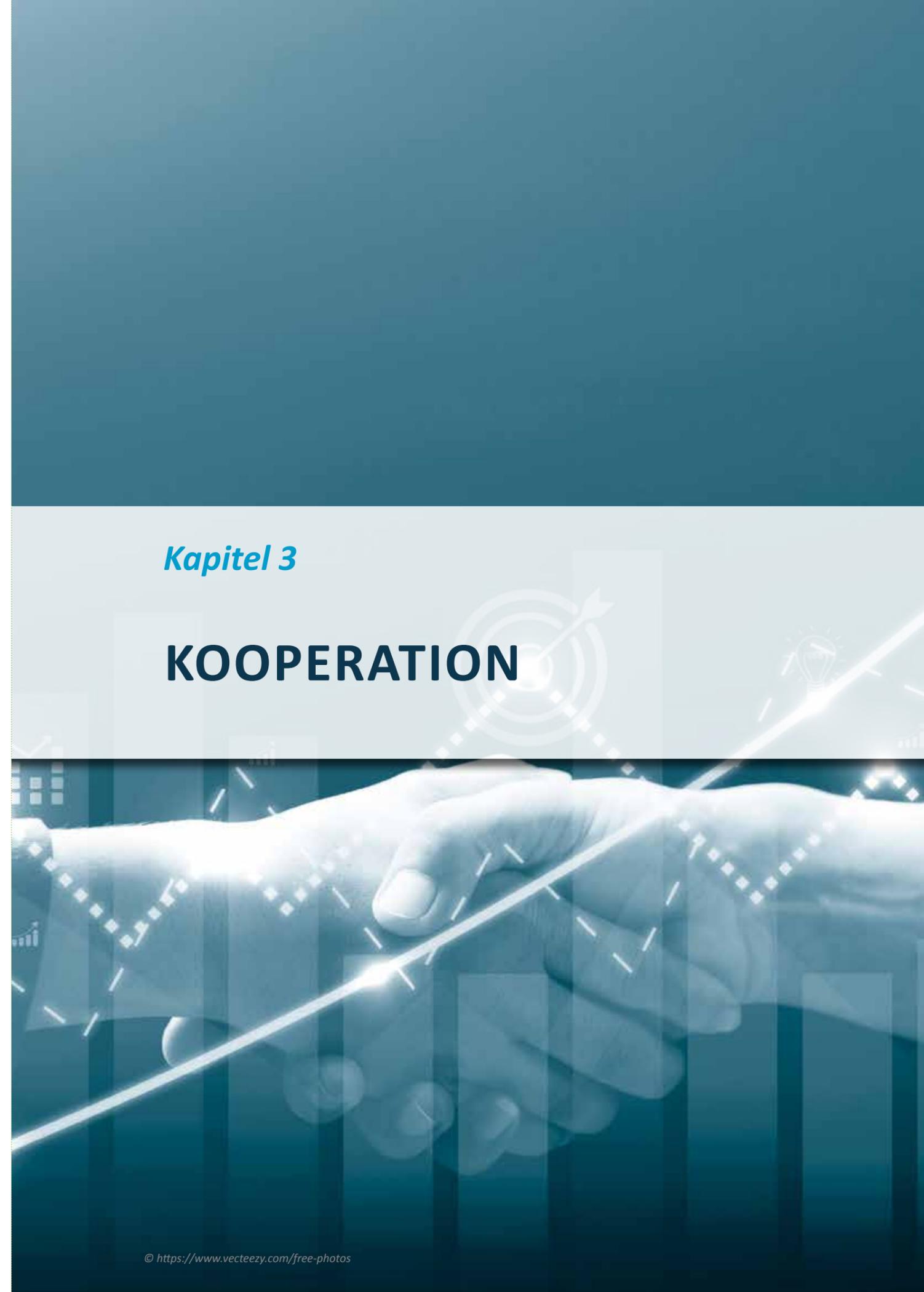
Wenn es keine entsprechende Freiwilligenagentur vor Ort gibt, bieten sich unter Umständen andere engagementfördernde Einrichtungen wie Bürgerstiftungen oder andere größere Zusammenschlüsse von Organisationen als lokale Kooperationspartnerinnen an.

**Zusammenfassung:**

- Studierende sind eine interessante Zielgruppe für zivilgesellschaftliche Organisationen: Neben personeller Unterstützung tragen sie durch ihre internationale Perspektive zur interkulturellen Öffnung und zum Ausbau von interkulturellen Kompetenzen bei.
- Über die Studierenden gelangt Fachwissen aus der Hochschule in die Organisationen.
- Studierende sind für die Organisationen auch als zukünftige Mitarbeitende und Fachkräfte interessant.
- Zivilgesellschaftliche Organisationen leisten einen Beitrag für die Teilhabe der Studierenden: Durch das Engagement knüpfen sie soziale Netzwerke in der Stadtgesellschaft, gewinnen Praxiserfahrung und können ihre Deutschkenntnisse verbessern. Dies hat einen positiven Einfluss auf den Studienerfolg und ihre Bleibeperspektiven.
- Studierende können oft nur semesterweise planen und haben begrenzte Zeitressourcen, daher eignen sich insbesondere flexible und kurzzeitige Engagements sowie digitales Engagement.
- In Bezug auf das Freiwilligenmanagement sind insbesondere persönliche Ansprechpartner\*innen und ein regelmäßiger Austausch wichtig. Zudem sind kulturelle Sensibilität und Offenheit sowie eine Strategie für den Umgang mit Kommunikationsbarrieren essenziell.
- Anlauf- und Kooperationsstellen für zivilgesellschaftliche Organisationen können von Hochschule zu Hochschule verschieden sein. Sofern vorhanden, eignen sich Transferstellen der Hochschule, Anlaufstellen für Service Learning, der Career Service oder das International Office. Zur Erreichung der Zielgruppe ist die Zusammenarbeit mit dem Studierendenwerk, dem AStA beziehungsweise StuRa und studentischen Initiativen sowie Sprachzentren und Studienkollegs empfehlenswert.
- Anstatt im Alleingang auf Hochschulen zuzugehen, empfehlen wir die Zusammenarbeit mit örtlichen Freiwilligenagenturen als Mittlerorganisationen.

## Kapitel 3

# KOOPERATION

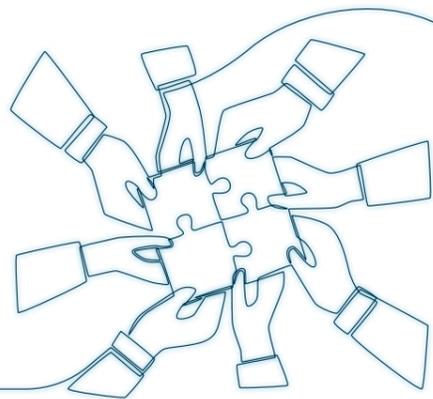


## Kooperation

*Dieses Kapitel richtet sich sowohl an Vertreter\*innen der Hochschulen als auch der (organisierten) Zivilgesellschaft. In den vorherigen Kapiteln wurde der Aufbau von (internen) Strukturen als notwendige Basis für eine Kooperation aufseiten der Hochschulen sowie der zivilgesellschaftlichen Organisationen dargelegt und diskutiert, wer das jeweilige „Gegenüber“ ist. Darauf aufbauend widmet sich dieses Kapitel nun der Zusammenarbeit von Hochschulen und zivilgesellschaftlichen Organisationen, insbesondere den Mittlerorganisationen.*

### Erfolgsgeheimnisse einer guten Kooperation

Wer sich bis hierhin auf den Weg gemacht hat, hat bereits erkannt, dass eine funktionierende Kooperation zwischen zivilgesellschaftlichen Organisationen und Hochschulen für beide Parteien neue Perspektiven und Möglichkeiten eröffnet: „Gemeinsam kann etwas geschaffen werden, das einzeln nicht erreicht werden könnte“ (Zitat Standort Marburg).



Der Wunsch nach einem intensiveren Miteinander von Hochschule und (Zivil-)Gesellschaft begründet sich aus den Herausforderungen der Zukunft. Um notwendige Veränderungen anzustoßen und proaktiv zu gestalten, können die unterschiedlichen Systeme voneinander lernen und profitieren. Auch wenn es in der Zwischenzeit zunehmend mehr Förderprogramme gibt, die eine Zusammenarbeit zwischen Zivilgesellschaft und Hochschulen zur Voraussetzung machen und der

Mehrwert einer Kooperation kaum noch hinterfragt wird, bestehen nach wie vor zahlreiche Unsicherheiten und Fragen darüber, wie eine gute Kooperation aussieht, angebahnt und verstetigt werden kann. Häufig wird das Thema einseitig zwischen Hochschulvertreter\*innen untereinander diskutiert, aber auch in den Fachdiskursen und Tagungen der Zivilgesellschaft kommen kaum Hochschulvertreter\*innen zu Wort. Nach wie vor muss man also trotz vieler positiver Absichtserklärungen von einer Trennung der beiden Welten Hochschule und Zivilgesellschaft sprechen.

Im Folgenden werden einige Gelingensbedingungen für eine gute Kooperation vorgestellt und Herausforderungen beleuchtet.

- • **Kennenlernen und Vergewissern: gegenseitige Erwartungen an die Kooperation**

Auch wenn die viel zitierte „Win-win-win“-Situation in der Zwischenzeit für alle Seiten hinreichend thematisiert wurde, ist es für die Vorbereitung einer Kooperation unerlässlich, die unterschiedlichen Interessen und Erwartungen an die Kooperation gegenseitig transparent zu machen und sie für gleichermaßen relevant anzuerkennen. Beide Seiten müssen davon überzeugt sein, dass die Kooperation sowohl die eigenen Interessen und Erwartungen als auch die des jeweils

anderen bedienen kann. Ist für eine Seite der Nutzen nicht klar erkennbar, wird eine Zusammenarbeit schwierig. Zwänge oder Druck über Förderlogiken („Hochschulen müssen mit Zivilgesellschaft kooperieren“) sind keine hinreichende Voraussetzung für eine gelingende Kooperation. Bislang standen Hochschulen mit ihren Interessen zumeist im Vordergrund, Probleme und Fragestellungen von Zivilgesellschaft weniger. Daraus resultiert die Frage: Wie kann die Suche nach neuen Formen „fairer“ Kooperationen zwischen Hochschulen und Zivilgesellschaft aussehen, die weniger hochschulzentriert sind, sondern einen partnerschaftlich orientierten Ansatz haben?

Die gute Nachricht ist: Sowohl im Pilotprojekt *Students meet Society* als auch im Transfer- und Entwicklungsprojekt *STUDIUM HOCH E* wurde deutlich, dass zivilgesellschaftliche Organisationen ein großes Interesse an einer Zusammenarbeit mit Hochschulen haben. Dieses ist jedoch in den meisten Fällen nicht deckungsgleich mit den Interessen und Vorstellungen der Hochschule. Häufig steht der Wunsch nach „frischem Wind“ für die Organisation oder ehrenamtliche Nachwuchsgewinnung in Verbänden und Vereinen im Vordergrund. Dabei gibt es noch weitere Vorteile für zivilgesellschaftliche Organisationen, zum Beispiel die gemeinsame Suche mit Studierenden nach Lösungen für ein spezifisches Problem, das Nutzen akademischen Wissens aus der Hochschule oder das Herantragen eigener Forschungsfragen an die Studierenden und die Hochschule, möglicherweise auch, weil es als Angebot der Hochschulen zu wenig kommuniziert wird.

Für den Beginn einer guten Kooperation erscheinen zwei Aspekte von hoher Bedeutung: Zum Ersten sollte nicht unterschätzt werden, wie wichtig es ist, ausreichend Zeit zum **gegenseitigen Kennenlernen** einzuplanen. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich beide Welten mit etwas Scheu und gewissen Vorurteilen aufeinander zubewegen. Erst in einem ausführlichen Austausch über Leitbilder, Strukturen, Zeit- und Handlungslogiken wird Verständnis und Vertrauen hergestellt.

Zum Zweiten beginnt eine gute Kooperation mit zwei entscheidenden Fragen: Welches Interesse haben wir an der Kooperation und was versprechen wir uns davon? Auf welchem Gebiet verfügt die jeweils andere Seite über **Ressourcen** und **Expertisen**, von denen wir in der Zusammenarbeit profitieren können? Diese Fragen können nur in einer offenen und ehrlichen Gesprächsatmosphäre miteinander besprochen und verhandelt werden.



© <https://www.vecteezy.com/free-photos>

### • • Anerkennung der jeweiligen Arbeitsweisen und Organisationsform

Eine Herausforderung, die sich bei der Kooperation häufig stellt, sind die unterschiedlichen Organisationsformen einer Hochschule beziehungsweise einer zivilgesellschaftlichen Organisation und die sich daraus ergebenden **Arbeitslogiken** und **Geschwindigkeiten**. Diese müssen verstanden, anerkannt und im Hinblick auf die jeweiligen Potenziale, die darin liegen, wertgeschätzt werden.

So reagieren Mittler- und andere zivilgesellschaftliche Organisationen häufig sehr schnell auf Veränderungen in ihrer Umwelt. Dies zeigt sich besonders in krisenhaften Situationen, in denen ein schnelles Handeln erforderlich ist, wenn spontanes Engagement verschiedene Problemlagen aufgreift. Häufig werden durch das schnelle Handeln von Engagierten in Initiativen, Vereinen oder anderen Organisationen vor Ort die Voraussetzungen für staatliches Handeln in der Krise geschaffen. Gleichzeitig gerät Zivilgesellschaft unter starken Druck, wie sich gerade während der Coronapandemie gezeigt hat.

Hochschulen sind einem permanenten Veränderungsdruck von innen und außen ausgesetzt. Aufgrund ihrer Größe, routinierter und verfestigter Praktiken des Lehrens, Forschens und Studierens und vor allem unter den gegebenen Administrationsbedingungen können sie aber im Gegensatz zu zivilgesellschaftlichen Organisationen nur sehr langsam Veränderungen vornehmen.



Prof. Dr. Claudia Fahrenwald  
Pädagogische Hochschule  
Oberösterreich

„Die Suche nach neuen Formen fairer Kooperation zwischen Hochschulen und Zivilgesellschaft, die weniger hochschulzentriert und stärker partnerschaftlich organisiert sind, steht aktuell im Mittelpunkt internationaler hochschulpolitischer Debatten. Es geht dabei um die Aushandlung von Differenzen sowie das Problematisieren und Überwinden von Hierarchien.“

Um ein Verständnis für die unterschiedlichen Organisationsformen und Geschwindigkeiten zu entwickeln und dabei gemeinsame Interaktionsprozesse in Gang zu setzen, die sich gegenseitig sinnvoll ergänzen und nicht frustrieren, sind ein ausführliches Kennenlernen, ein offener Umgang miteinander, die Bereitschaft zur Anerkennung der Verschiedenheiten und die Suche nach gemeinsamen organisationskulturellen Praktiken notwendig. Dies beginnt bereits bei der Sprache: Die Praxis zeigt, dass sich Vertreter\*innen zivilgesellschaftlicher Organisationen durch eine zu akademische Sprache eher verunsichert und in ihren Kompetenzen nicht ernst genommen fühlen können. Auch der Ort der Treffen kann entscheidend sein für die Anbahnung einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. So macht es eindeutig einen Unterschied, ob die Gespräche ausschließlich in den Sitzungszimmern der Hochschule stattfinden oder die Treffen abwechselnd bei den Partnerinnen durchgeführt werden.

### • • Gemeinsame Zielstellung und Projekte

So unterschiedlich die ursprünglichen Erwartungen und Interessen an einer Kooperation sein können, so hilfreich und wichtig ist es, gemeinsame Zielstellungen mit möglichst konkreten Formen der Zusammenarbeit zu formulieren. Ein regelmäßiger **Austausch** über diese Zielstellungen, klare Vereinbarungen zur Umsetzung und eine gewisse Verbindlichkeit bezüglich der Termin- und Zieleinhaltung sind maßgeblich für den Kooperationserfolg und für die Relevanz nachhaltiger und langfristig angelegter Kooperationen.

Geeignete erste Zielstellung der Kooperation kann die gemeinsame Umsetzung von konkreten (Teil-)Projekten sein, beispielsweise die Planung und Durchführung von gemeinsamen Veranstaltungsformaten, die Zusammenarbeit im Rahmen eines Service-Learning-Seminars oder der gemeinsame Aufbau einer Engagementberatung für Studierende (siehe hierzu auch  S. 85).

Über die Zusammenarbeit in ersten Projekten werden Erfahrungen gesammelt und lässt sich das Vertrauen zueinander weiter vertiefen. Durch regelmäßige und offene Feedbackgespräche können die Projekte ausgewertet, Erfahrungen reflektiert und Schlussfolgerungen für weitere gemeinsame Vorhaben abgeleitet werden.

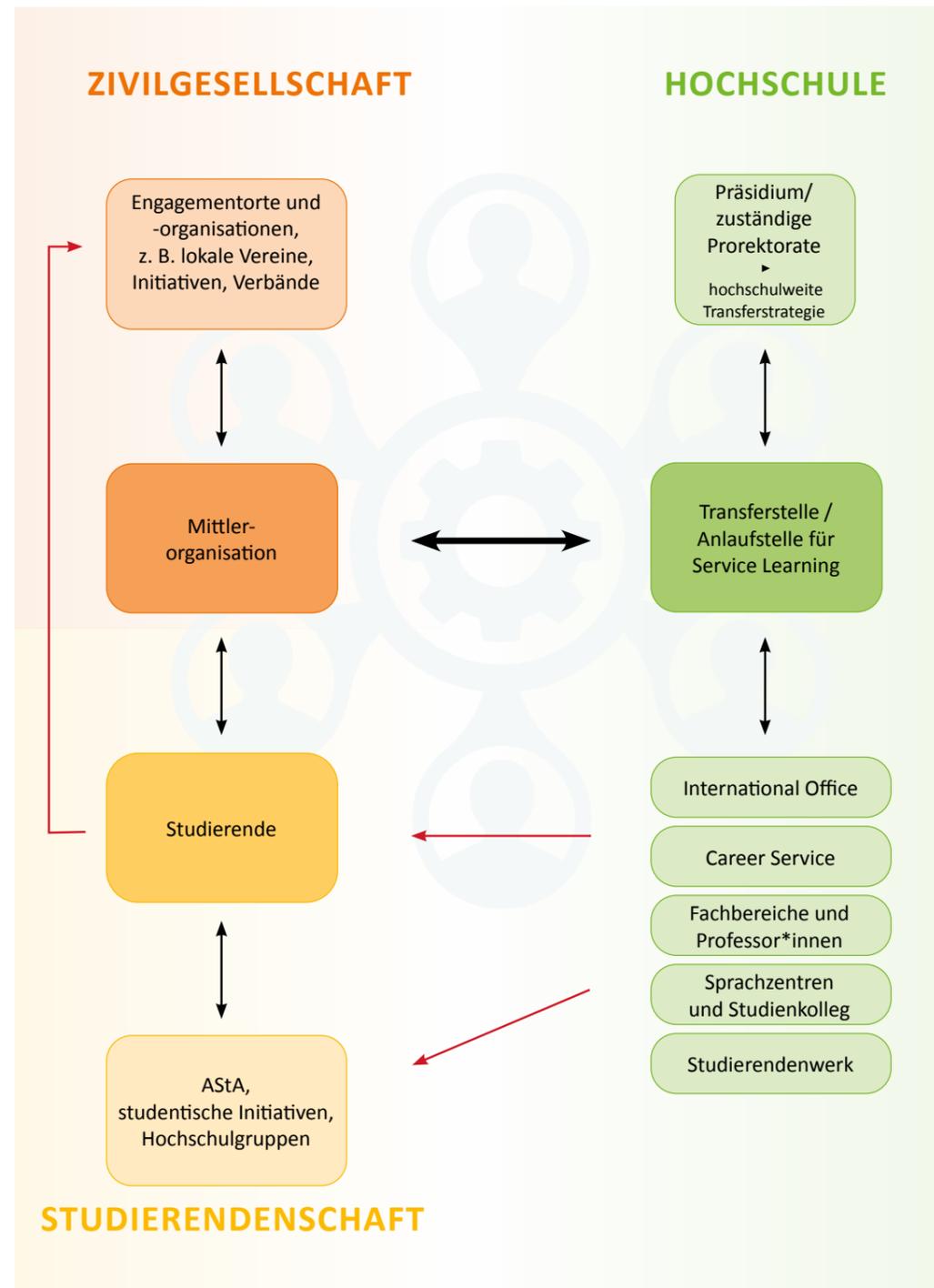
### • • Feste Kooperationsstrukturen und Arbeitsteilung

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus *STUDIUM HOCH E* für eine gelingende Zusammenarbeit ist der Dreiklang aus fest benannten Zuständigkeiten und Ansprechpartner\*innen, geregelten Strukturen der Zusammenarbeit sowie einer verbindlichen Aufgaben- und Rollenverteilung.

Wie in dem vorangegangenen Kapitel dargestellt, können je nach Gegebenheiten vor Ort sowohl innerhalb der Hochschule als auch in der Zivilgesellschaft unterschiedliche Bereiche und Organisationen zur Förderung des Engagements der Studierenden involviert sein. Dementsprechend wird auch die Kooperation an jedem Hochschulstandort unterschiedlich aussehen und sich unterschiedlich entwickeln. In jedem Fall ist es sinnvoll, zu Beginn der Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Stellen zu vereinbaren und schriftlich zu notieren, welche Aufgaben die Hochschule und welche die Mittlerorganisation innerhalb der Kooperation übernimmt. Je nach Kooperationsstrukturen vor Ort waren es im Projekt hochschuleitig beispielsweise die Administration der Projektfinanzen, der Kontakt zu den Studierenden, das Voranbringen der Verankerung von Engagement in der Lehre sowie die Öffentlichkeits- und Netzwerkarbeit. Die Mittlerorganisation zeichnete sich verantwortlich für die Kommunikation mit den zivilgesellschaftlichen Organisationen als potenzielle Engagementorte der Studierenden und für die Engagementberatung. Gemeinsame Aufgaben waren die Planung, Organisation und Durchführung von diversen Veranstaltungsformaten, die fest in den Semesterablauf integriert wurden (siehe hierzu auch  S. 61). Dies hat neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades der Maßnahmen und Anlaufstellen den Effekt, dass die Strukturen und Angebote vor Ort dauerhaft etabliert werden.



Darüber hinaus gab es auf beiden Seiten festgelegte Ansprechpersonen, die in sehr engem Austausch miteinander standen und sich hinsichtlich der jeweiligen Kompetenzen und Verbindlichkeit der Zusammenarbeit gegenseitig schätzten.



## Weitere Kooperationen und Akteurinnen

Zusätzlich zur Kooperation zwischen Hochschule und Zivilgesellschaft ist es sinnvoll, weitere lokale Kooperationsstrukturen zu nutzen oder aufzubauen. Weitere mögliche Kooperationspartnerinnen, die einen Beitrag zur Förderung des Engagements von Studierenden leisten können, sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

### • • Stadtverwaltung

Die Positionierung der Stadt als attraktiver Studienstandort und die Erhöhung der Bekanntheit der Stadt als national und international anerkannter Wissenschaftsstandort sind häufig Teil des strategischen Interesses für eine enge Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung und Hochschule. Die gemeinsame Engagementförderung von Studierenden kann dabei als Kooperationsaufgabe verstanden werden. Programme wie „Engagierte Stadt“ können für solche Kooperationen eine gute Basis bieten. Darüber hinaus können öffentliche Einrichtungen der Stadt (zum Beispiel das Stadtmuseum oder die Stadtbibliothek) attraktive Engagementorte für die Studierenden sein.

#### Engagierte Stadt

Das Programm „Engagierte Stadt“ unterstützt seit 2015 den Aufbau bleibender Engagementlandschaften in Städten und Gemeinden in Deutschland und fördert Kooperationen anstelle von Projekten. Programmträger ist das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

### • • Ausländerbehörde

Internationale Studierende müssen zunächst im Herkunftsland ein Visum beantragen, das dann durch die zuständige Ausländerbehörde vor Ort in eine Aufenthaltserlaubnis umgewandelt wird. Eine gute Zusammenarbeit mit der örtlichen Ausländerbehörde trägt unter Umständen zu Erleichterungen für die Studierenden bei. So kann beispielsweise einerseits der administrative Aufwand für die Studierenden gemindert und andererseits Klarheit über die aufenthaltsrechtliche Situation geschaffen werden. Häufig stehen die International Offices der Hochschulen bereits im engen Kontakt zu den Ausländerbehörden vor Ort.

### • • Lokale Wirtschaftsunternehmen

Im Engagement wenden die Studierenden ihre fachlichen und persönlichen Kompetenzen in konkreten Aufgabenfeldern an, festigen sie und bauen sie aus. Damit erfolgt eine gute Vorbereitung auf ihre spätere Erwerbstätigkeit. Lokale Wirtschaftsunternehmen haben grundsätzlich ein hohes Interesse an internationalen Studierenden, stellen sie doch ein wichtiges Fachkräftepotenzial dar. Besonders Absolvent\*innen, die bereits während ihres Studiums Praxiserfahrungen im Engagement gesammelt und dabei (auch) berufliche Schlüsselkompetenzen erworben haben, sind für Unternehmen attraktiv. Erfahrungsgemäß sind sie demzufolge für eine Kooperationspartnerschaft und als Mittelgeber für die Engagementförderung von Studierenden gut ansprechbar.

### • • Lokale Presse

Zusätzlich ist es sinnvoll, Kontakte zur Öffentlichkeitsarbeit in der Stadtgesellschaft zu pflegen. Hierfür können Kontakte mit lokalen Zeitungen, Fernseh- oder Radiosendern genutzt und aufgebaut werden. Die Berichterstattung ermöglicht es, weitere Akteur\*innen für das Vorhaben zu gewinnen.

## Gedanken zur Verstetigung

Um das Engagement der Studierenden langfristig zu fördern und die aufgebaute Kooperation zwischen Hochschulen und zivilgesellschaftlichen Organisationen nachhaltig zu gestalten, sollten bereits frühzeitig Überlegungen zur Verstetigung angestellt werden. Eine Verstetigung ist abhängig von mindestens drei Komponenten:

1. eine verlässliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit positiven gemeinsamen Erfahrungen
2. die (Weiter-)Entwicklung infrastruktureller Rahmenbedingungen
3. die Bereitstellung oder (Neu-)Einwerbung von Ressourcen

Vor allem durch positive (Zwischen-)Bilanzen der Zusammenarbeit und eine funktionierende Kommunikation können Ableitungen für eine langfristige Kooperation getroffen werden. Die Kontinuität der Partnerschaften und die Pflege eines einmal aufgebauten Netzwerkes sind der Grundpfeiler für eine Verstetigung der Kooperation. Hierbei ist wichtig, dass diese nicht nur von Einzelpersonen abhängig ist, sondern auf beiden Seiten feste Bereiche und Strukturen für die Kooperation und die Förderung des Engagements der Studierenden etabliert werden und das aufgebaute Wissen an nachfolgende Mitarbeiter\*innen weitergegeben wird. Mögliche personelle Veränderungen sowie sich stetig wandelnde Gegebenheiten können als Anlass genutzt werden, die Kooperationsziele, gemeinsame Projekte und vereinbarte Verantwortlichkeiten regelmäßig zu besprechen und gegebenenfalls neu zu vereinbaren.



Nikolas Kretzschmar  
Referatsleiter im Bundesamt  
für Migration und Flüchtlinge

„Die Vorteile des Engagements für die Teilhabe von internationalen Studierenden und Studierenden mit Migrationsgeschichte sind klar benennbar. Dazu zählen: soziale Kontakte, Perspektiverweiterungen, Demokratiebildung und der Ausbau von Netzwerken, die wiederum einen positiven Einfluss auf ihren Studienerfolg und die berufliche Zukunft haben. Darum ist es wichtig, das Engagement der Studierenden fest in die Strukturen der Hochschule und Zivilgesellschaft zu integrieren.“

Eine auf Dauer angelegte Kooperation benötigt auf beiden Seiten zeitliche und personelle Ressourcen. Die Bereitstellung oder frühzeitige Einwerbung von Ressourcen, beispielsweise durch einen festen Etat im Haushalt oder zusätzliche Fördermittel, spielt daher eine zentrale Rolle.

Der Aufbau eines dauerhaften und sichtbaren Angebots der Engagementförderung der Studierenden, für den der zweite Teil dieses Leitfadens konkrete Ideen liefert, kann darüber hinaus weitere Unterstützer\*innen und Fürsprecher\*innen aufmerksam machen und gewinnen. Dabei hilft auch eine gute Öffentlichkeitsarbeit, die Vorbilder und Erfahrungen sichtbar macht. Durch Zertifikate und Würdigungsveranstaltungen können Akzeptanz und Anerkennung für das studentische Engagement geschaffen und wichtige Signale gesetzt werden, die die Relevanz des Themas an einer Hochschule zum Ausdruck bringen.

### Zusammenfassung:

- Zur Anbahnung einer Kooperation zwischen Hochschulen und zivilgesellschaftlichen Organisationen sollte man ausreichend Zeit zum gegenseitigen Kennenlernen einplanen. Zu klären sind die jeweiligen Expertisen, Ressourcen sowie unterschiedliche Interessen und Erwartungen. Diese sollten transparent gemacht und von beiden Seiten als gleichermaßen relevant anerkannt werden.
- Die unterschiedlichen Handlungslogiken, Arbeitsweisen und Organisationsstrukturen sollten gegenseitig verstanden, anerkannt und im Hinblick auf die jeweiligen Potenziale wertgeschätzt werden.
- Gemeinsame Zielstellungen und die Umsetzung gemeinsamer (Teil-)Projekte helfen beim Aufbau einer guten Kooperation.
- Für eine erfolgreiche Kooperation sind fest benannte Zuständigkeiten und Ansprechpartner\*innen auf beiden Seiten, geregelte Strukturen der Zusammenarbeit sowie eine verbindliche Aufgaben- und Rollenverteilung wichtig. Diese Faktoren können sich – abhängig von den Gegebenheiten vor Ort sowie den jeweils involvierten Bereichen innerhalb der Hochschule und Zivilgesellschaft – an jedem Standort unterscheiden.
- Zusätzliche Kooperationen – beispielsweise mit der Stadtverwaltung, der Ausländerbehörde, lokalen Wirtschaftsunternehmen und der lokalen Presse – können ein weiterer Baustein zur Förderung des Engagements von Studierenden sein.
- Bei der Verstetigung der Kooperationen zwischen Hochschulen und zivilgesellschaftlichen Organisationen bilden eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und positive gemeinsame Erfahrungen, die Bereitstellung oder (Neu-)Einwerbung von Ressourcen sowie die (Weiter-)Entwicklung infrastruktureller Rahmenbedingungen eine wesentliche Grundlage.

TEIL II:

WERKZEUGKASTEN

## Der Werkzeugkasten zur individuellen Umsetzung

In den Projekten *Students meet Society* und *STUDIUM HOCH E* wurden zahlreiche Formate und Instrumente zur Förderung des Engagements der Studierenden entwickelt und erprobt. In Teil II dieses Leitfadens – dem „Werkzeugkasten“ – werden diese nun einzeln beschrieben. Für eine erfolgreiche Förderung des studentischen Engagements müssen nicht alle Werkzeuge zum Einsatz kommen. Je nach praktischen Gegebenheiten, Strukturen vor Ort oder zur Verfügung stehenden Ressourcen eignen sich für unterschiedliche Hochschulstandorte verschiedene Wege: Wie in einem Werkzeugkasten können die jeweils geeigneten Formate ausgewählt, genutzt und miteinander kombiniert werden. Auch die Werkzeuge selbst sind vor allem als (erprobte) Vorschläge und als Inspiration zu verstehen. Zudem muss man das Rad nicht immer neu erfinden: Möglicherweise eignen sich auch bereits am Standort existierende Formate oder können für die Zielgruppe angepasst werden.



Vier-Phasen-Matrix zur Engagementgewinnung international Studierender

### Die vier Phasen im Werkzeugkasten

Zum besseren Verständnis des Werkzeugkastens und wie dieser sinnvoll anzuwenden ist, sind die einzelnen Werkzeuge im Folgenden in einer Übersichtsmatrix dargestellt und darin verschiedenen Phasen zugeordnet, in denen sie zum Einsatz kommen können. Diese vier Phasen spiegeln dabei die Phasen vom Einstieg in ein Engagement bis zum Abschluss eines Engagements wider. Die meisten Werkzeuge können in mehreren der vier Phasen Anwendung finden. Für eine umfassende Förderung des Engagements der Studierenden empfehlen wir, Werkzeuge aus allen Phasen zu berücksichtigen. Darüber hinaus ist es sinnvoll, diese fest in den Semesterablauf zu integrieren.

### Phase 1 – (Erst-)Information und Ansprache der Studierenden

Um die Studierenden für ein Engagement zu gewinnen, müssen diese zunächst erreicht werden. Phase 1 bezieht sich daher auf die Ansprache der Zielgruppe und benennt hierfür hilfreiche Informationskanäle und -materialien. Ziel ist es, die Studierenden über das Thema Engagement, thematische Veranstaltungen sowie bestehende Engagementmöglichkeiten und Einsatzorte am Studienort zu informieren und zum Mitmachen zu motivieren.

### Phase 2 – Beratung, Vermittlung und Begleitung ins Engagement

In Phase 2 werden die Studierenden beim Finden eines passenden Engagements unterstützt. Für die Studierenden sind die Hürden, einen passenden Engagementort zu wählen und das Engagement dort zu beginnen, häufig höher – beispielsweise aufgrund von geringen Sprachkenntnissen oder fehlendem Wissen über die Möglichkeiten. Unterschiedliche Werkzeuge können dabei helfen, diese Hürden abzubauen und die Studierenden bei ihrem Weg in ein geeignetes Engagement zu begleiten.

### Phase 3 – Begleitung während des Engagements

Auch während des Engagements können Hürden und Barrieren auftauchen, bei deren Bewältigung sowohl die Studierenden als auch die Einsatzstellen unterstützt werden sollten. Daher sind auch Werkzeuge zur Begleitung während des Engagements zentral: Fragen, Hindernisse oder Missverständnisse können auf diese Weise bearbeitet und es kann so für zukünftige Herausforderungen vorgesorgt werden.

### Phase 4 – Anerkennung, Würdigung und Abschluss des Engagements

Ein Engagement kann aus unterschiedlichen Gründen zum Ende kommen. In jedem Fall ist es wichtig, einen guten Abschluss zu ermöglichen und den Einsatz der Studierenden zu würdigen und anzuerkennen. Auch hierfür stehen unterschiedliche Werkzeuge zur Verfügung.

## Beispiele und Best Practice

Integriert in die Werkzeugbeschreibungen sind verschiedene Beispiele und alternative Umsetzungsmöglichkeiten der Werkzeuge. Die Werkzeuge können auch digital umgesetzt werden, in einigen Formaten wird hierfür ein gesondertes Umsetzungsbeispiel beschrieben.



Bei einigen Werkzeugen wird auf konkrete Praxisbeispiele (Best Practice) der Projektstandorte verwiesen. Hierfür wurden für weitere Informationen Links zu externen Websites der Projektstandorte integriert. Es ist möglich, dass diese Links mit der Zeit nicht mehr aktuell sind und nicht mehr zur Verfügung stehen. Wenden Sie sich gern für weitere Informationen zur Umsetzung des Werkzeugs an die jeweiligen Standorte, um Auskünfte zu erhalten und in den direkten Austausch zu treten.



## Übersichtsmatrix

Werkzeuge	Geeignet für				Seite 👉
	Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	
Zielgruppenanalyse: Online-Umfrage					54 – 55
Informationsmaterialien	●				56 – 57
Direkte Ansprache – Erstinformation	●				58 – 60
Begegnungsformate	●				61 – 64
Social Media & Website	●	●			65 – 66
Videomaterialien	●	●		●	67 – 68
Einblicke in Engagementorte	●	●			69 – 70
Interne digitale Plattformen	●	●	●		71 – 73
Engagementtandems	●	●	●		74 – 75
Engagementkatalog		●			76 – 78
Volunteer Walk		●			79 – 81
Dialogveranstaltungen zum Engagement	●	●	●	●	82 – 84
Engagementberatung		●	●	●	85 – 87
Schulungsangebote für Engagierte			●		88 – 89
Schulungs- & Vernetzungsangebote für Einsatzstellen		●	●		90 – 92
Reflexions- & Feedbackgespräche			●	●	93 – 94
Engagementnachweis	●			●	95 – 96
Semesterabschlussveranstaltung				●	97 – 99
Curriculare Verankerung	●	●	●	●	100 – 102



# WERKZEUG- BESCHREIBUNGEN

## ZIELGRUPPENANALYSE: ONLINE-UMFRAGE

### EINSETZBAR IN

- Vor Phase 1
  Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Um mehr Wissen über die Studien- und Lebenssituation, engagementbezogene Erfahrungen und Interessen sowie Zukunftsperspektiven der Studierenden zu gewinnen, lohnt sich vorab eine Online-Umfrage bei den Zielgruppen, die mit den Aktivitäten erreicht werden sollen. Hierdurch können Angebote passgenauer entwickelt und umgesetzt werden, zum Beispiel hinsichtlich der Motive, Erwartungen oder zeitlichen Möglichkeiten.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Für eine Zielgruppenanalyse bieten sich Online-Umfragen an. Bei Online-Umfragetools werden die Ergebnisse sofort in Grafiken und Diagrammen angezeigt, wodurch sich bei der Auswertung Zeit und Mühe sparen lassen. Hinsichtlich des passenden Online-Tools für die Befragung gibt es sowohl kostenfreie (zum Beispiel SurveyMonkey) als auch kostenpflichtige Varianten. Mit Blick auf die internationalen Studierenden sollte man eine englischsprachige Version der Umfrage anbieten. Entscheidend ist dabei immer, dass möglichst viele Teilnehmende erreicht und motiviert werden, bei der Umfrage mitzumachen.

Der Inhalt der Umfrage orientiert sich an den jeweiligen Zielen. Es eignen sich Fragen nach:

- Studiengang, Studiendauer und angestrebtem Abschluss
- der aktuellen Studiensituation
- bestehenden Engagementerfahrungen
- Vorstellungen über Form und Gegenstand des Engagements
- Gründen für ein Nichtengagement
- Wünschen in Bezug auf Anerkennung / Unterstützung des Engagements seitens der Hochschule
- Bleibeperspektiven

Während in der Regel die Anzahl der am Stichtag der Befragung immatrikulierten internationalen Studierenden an der jeweiligen Hochschule bekannt ist (International Offices verfügen beispielsweise über entsprechende Zahlen), werden Daten über Studierende mit Migrationsgeschichte normalerweise an Hochschulen nicht erhoben. Um diese Zielgruppe zu erreichen, gibt es daher verschiedene Möglichkeiten.

### BEISPIELE

#### • • Vollerhebung an der Hochschule

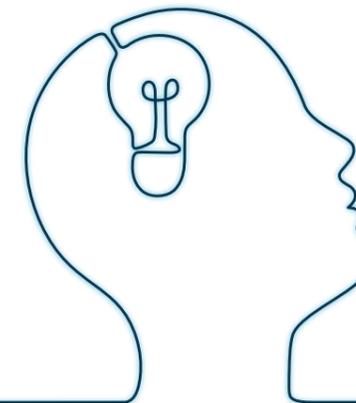
Eine Vollerhebung über die Mailadressen aller Studierenden mit einem Direktlink zum Online-Fragebogen hat den Vorteil, dass alle immatrikulierten Studierenden erreicht werden können. Eine Herausforderung besteht darin, in der Erläuterung zur Umfrage genau darzustellen, an welche Studierendengruppen sich die Umfrage richtet, um nicht im Nachgang die Daten zu stark bereinigen zu müssen.

#### • • Willkürliche Stichprobe

Die Versendung des Links zur Umfrage erfolgt einerseits nur an den E-Mail-Verteiler der internationalen Studierenden und andererseits an die Studierenden, die zum Zeitpunkt ihrer Immatrikulation eine andere als die deutsche oder mehrere Staatsbürgerschaften angegeben haben. Um über die Teilnehmenden an der Online-Umfrage hinaus weitere Studierende der Zielgruppe für die Befragung zu gewinnen, kann zusätzlich eine Printfassung des Fragebogens in Lehrveranstaltungen und über Multiplikator\*innen an entsprechende Studierende verteilt und nachträglich in die statistische Auswertung einbezogen werden.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Die Beantwortung der Fragen sollte möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen.
- Für die Versendung des Umfragelinks an einen anonymisierten Mailverteiler empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit dem Immatrikulationsamt, dem International Office oder dem Evaluationsbüro der Hochschule.
- Eine solche Umfrage ist in der Durchführung nur sinnvoll, wenn die personellen Ressourcen vorhanden sind, um die Umfrage stark zu bewerben und auch zeitnah auszuwerten.



## INFORMATIONSMATERIALIEN

## EINSETZBAR IN

Phase 1  Phase 2  Phase 3  Phase 4

## KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Informationsmaterialien sind hilfreich, um die Studierenden zu erreichen und auf das Thema Engagement aufmerksam zu machen. Sie können an verschiedenen Orten an der Hochschule und in der Stadt ausgelegt oder digital verteilt werden. Sie sind somit auch ein geeignetes Mittel zur Bewerbung weiterer Formate dieses Werkzeugkastens.

## MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Je nach Ausgestaltung können Informationsmaterialien dazu genutzt werden, um einen ersten Einblick in das Thema Engagement zu geben oder um auf konkrete Veranstaltungen und Aktionen aufmerksam zu machen.

Es gibt zahlreiche kostenlose oder kostenpflichtige Programme und Webseiten, mit denen ansprechende Materialien schnell und unkompliziert erstellt werden können, zum Beispiel GIMP oder Canva.

## BEISPIELE

## • • Flyer, Postkarten und Plakate

Ein Flyer enthält alle wichtigen Informationen in knapper Form. Er soll die Aufmerksamkeit auf ein konkretes Projekt oder auf eine aktuelle Aktion lenken. Alternative Formate sind hier Postkarten oder Plakate. Es bietet sich an, den Flyer zweisprachig zu erstellen. Um die Zielgruppe zu erreichen, kann er an Orten verteilt werden, an denen sich die Studierenden häufig aufhalten: zum Beispiel im International Office, in den Wohnheimen, Bibliotheken, in Hochschulräumlichkeiten oder bei thematisch passenden Veranstaltungen. Auch bei den Mittlerorganisationen sowie weiteren beteiligten Organisationen, die mit Studierenden zusammenarbeiten, können die Flyer nach Absprache ausgelegt werden. Der Flyer im PDF-Format lässt sich darüber hinaus online verbreiten. Ansprechpartnerinnen könnten hier zum Beispiel das International Office, der Career Service, die Fachschaftsräte oder die Studierendenvertretung (StuRa / AStA) sein.

## • • Broschüren

Eine Broschüre informiert umfangreicher als ein Flyer über das Themenfeld Engagement, konkrete Projekte oder weitere für Studierende relevante Themen. So kann zunächst grundsätzlich über das Thema und die Möglichkeiten von Engagement informiert werden. Zusätzlich können zum Beispiel zentrale Institutionen oder Orte für Studierende vorgestellt sowie Ansprechpersonen und deren Kontaktdaten festgehalten werden. Hier gilt: Die Broschüre am besten nicht zu textlastig gestalten, sondern lieber auf Bilder und kurze, aber knackige Texte setzen. Durch eine zweisprachige und / oder in einfacher Sprache verfasste Broschüre erreicht man mehr Studierende. Die digitale Variante im PDF-Format ist nicht nur nachhaltiger, sondern eignet sich auch unter Umständen besser zur Verbreitung. Gerade in Pandemiezeiten, aber auch während der Semesterferien, wenn Studierende sich seltener auf dem Campus aufhalten, erhalten sie Informationen eher über E-Mail-Verteiler, Internetseiten oder soziale Medien (siehe hierzu auch [Social Media & Website](#), [S. 65](#)).



## HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Bei der Verteilung von Informationsmaterialien sind Studierendenwerke wichtige Ansprechpartnerinnen. Häufig haben sie ein Büro auf dem Campus, das Studierende für Beratungsgespräche aufsuchen – hier können passende Informationsmaterialien ausgelegt werden. Auch die Wohnheime und Mensen beziehungsweise Cafeterias, die in der Regel die Studierendenwerke betreiben, sind ein wichtiger Anlaufpunkt für Studierende und sollten deshalb bei der Verteilung von Broschüren, Flyern und weiteren Informationsmaterialien besonders berücksichtigt werden.



## DIREKTE ANSPRACHE – ERSTINFORMATION

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die direkte Ansprache dient der Vermittlung von ersten Informationen über das Thema Engagement und Engagementmöglichkeiten am Studienort. Zudem können Hinweise auf thematisch passende Veranstaltungen und Angebote präsentiert werden. Sie eignet sich somit auch als Instrument zur Bewerbung der anderen Formate dieses Werkzeugkastens.

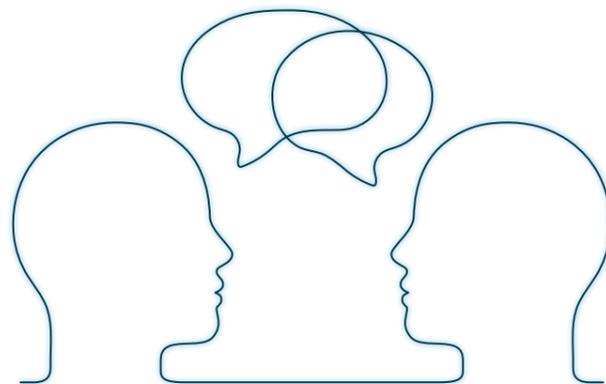
### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Die direkte Ansprache erfolgt insbesondere über Formen des persönlichen Kontakts zu den Studierenden bei thematisch passenden Veranstaltungen und Orten. Zusätzlich ist die digitale Ansprache – beispielsweise über Mail(-verteiler) oder Messenger – möglich.

### BEISPIELE

#### • • Lehrveranstaltungen

Insbesondere zu Beginn des Semesters oder in der Einführungswoche ist die persönliche Vorstellung der Mittlerorganisation und der betreffenden Hochschulmitarbeitenden in relevanten Lehrveranstaltungen sinnvoll. Hierfür sollte frühzeitig vor Semesterbeginn der Kontakt zu den Lehrverantwortlichen hergestellt und Termine vereinbart werden. Dabei können insbesondere englischsprachige Studienprogramme oder auch Sprachkurse im Fokus stehen. Die Präsentation kann neben einer kurzen Einführung in das Thema beispielsweise die Möglichkeiten und Vorteile von (studentischen) Engagements beleuchten sowie Hinweise auf weitere Informationskanäle und Veranstaltungen beinhalten.



Die Bewerbung in Lehrveranstaltungen hat den Vorteil, viele Studierende auf einmal zu erreichen, bietet aber weniger Raum und Zeit für einen Austausch.

#### • • Infostände auf dem Campus

Besonders zu Semesterbeginn, etwa in der Orientierungswoche und der ersten Vorlesungswoche, bieten sich Infostände auf dem Campus an, um Studierende zu erreichen. Diese können gemeinsam von der Mittlerorganisation und den Angehörigen der Hochschule betrieben werden und gegebenenfalls Vertreter\*innen von gemeinnützigen Organisationen einbinden, um über das Thema Engagement zu informieren und verschiedene Engagementorte vorzustellen.



Es empfiehlt sich, interessante Aktionen an dem Infostand anzubieten, um Anreize für Studierende zu schaffen. Dafür eignet sich zum Beispiel ein Quiz zum Thema Engagement oder eine Online-Umfrage über ein Tool wie Mentimeter, deren Ergebnisse am Stand live eingeblendet werden.

#### • • Campusbüro

Über eine zentrale Anlaufstelle auf dem Campus können Studierende auf das Thema Engagement aufmerksam gemacht sowie thematische Fragen und Anliegen der Studierenden persönlich besprochen werden. Sofern keine eigene zentrale Informationsstelle auf dem Campus eingerichtet werden kann, eignet sich hierfür beispielsweise auch das Büro der Studierendenvertretung oder des Studierendenwerks. Kundenstopper und Aufsteller können auf die Anlaufstelle hinweisen. Besonders in Verbindung mit einer regelmäßig stattfindenden Engagementberatung (👉 S. 85) in Präsenz bietet sich eine solche zentrale Stelle an.

#### • • Engagier-Dich-Messe

An einigen Hochschulen gibt es auf dem Campus bereits Messen zum Thema Engagement, bei denen sich studentische Initiativen und lokale Engagementorte vorstellen, um neue Mitglieder und Engagierte zu gewinnen. In dem Fall sollte geprüft werden, ob man die Messe für die Ziel-

gruppe der internationalen Studierenden interessanter gestalten kann, beispielsweise durch mehrsprachige Informations- und Engagementangebote. Zudem können sich die Mittlerorganisation und die für Engagement zuständige Stelle der Hochschule mit einem eigenen Stand an der Messe beteiligen.

Falls am Standort noch keine Engagier-Dich-Messe existiert, kann diese auch in Kooperation mit lokalen Organisationen und studentischen Initiativen organisiert werden. Hierfür eignet sich ein Ort zentral auf dem Campusgelände, an dem die Studierenden regelmäßig vorbeikommen. Ziel sollte sein, eine einladend fröhliche Atmosphäre zu schaffen, ähnlich wie bei [Begegnungsformaten](#) ( [S. 61](#)). Passende Initiativen oder Organisationen können ihr Informationsangebot beispielsweise durch ein kulinarisches Angebot ergänzen.

#### • • Studienkollegs

Über die an manchen Hochschulstandorten vorhandenen Studienkollegs können (zukünftige) (internationale) Studierende zu Engagementmöglichkeiten informiert werden, zum Beispiel im Rahmen von Infoveranstaltungen. Studienkollegs sind Bildungseinrichtungen, in denen Studienbewerber\*innen mit einer ausländischen Hochschulzugangsberechtigung, die nicht als gleichwertig mit dem deutschen Abitur anerkannt ist, auf ein Studium an einer deutschen Hochschule vorbereitet werden.

#### • • Mails, Messenger, digitale Plattformen

Auch über Social Media oder verschiedene digitale Plattformen können Studierende angesprochen werden. Weitere Informationen hierzu finden sich bei den Werkzeugen [Social Media & Website](#) ( [S. 65](#)) und [interne digitale Plattformen](#) ( [S. 71](#)).

Relevante Stellen der Hochschule wie etwa das International Office, Beratungsstellen, der AStA, Fachschaftsräte oder Hochschulgruppen können gebeten werden, Informationen über ihre Mailverteiler weiterzuleiten.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Es empfiehlt sich, [Informationsmaterialien](#) ( [S. 56](#)) – insbesondere Flyer oder Postkarten – im Rahmen der direkten Ansprache zu verteilen, um die Kontaktaufnahme auch zu einem späteren Zeitpunkt zu vereinfachen.
- Eine gezielte Vernetzung innerhalb der Hochschule (beispielsweise mit studentischen Initiativen, „Buddy-Programmen“ und Lehrenden) hilft bei der direkten Ansprache und der Erreichbarkeit der Studierenden.

## BEGEGNUNGSFORMATE

### EINSETZBAR IN

- Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Begegnungsformate ermöglichen den niedrigschwelligen persönlichen Zugang zur Zielgruppe der Studierenden. Hierzu eignen sich insbesondere Veranstaltungen mit thematisch interessanten Aktivitäten. Im Vordergrund stehen dabei das Kennenlernen und der Austausch untereinander.

Je nach Ausrichtung kann die Veranstaltung unterschiedliche Ziele haben:

- Vernetzung der Studierenden mit den Vertreter\*innen der Hochschule sowie mit den Vertreter\*innen der Mittlerorganisation
- Vernetzung und Austausch der Studierenden untereinander
- Austausch zwischen Studierenden und Personen der Stadtgesellschaft
- gegenseitiges Kennenlernen von Studierenden und lokalen Organisationen

Durch diese niedrigschwelligen Begegnungen und das Knüpfen neuer Kontakte wird ein wichtiger Grundstein für den Zugang der Studierenden zum Engagement gelegt. Zusätzlich können sie dazu beitragen, Hürden und Vorurteile abzubauen.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Das Kennenlernen von neuen Leuten ist für die Studierenden insbesondere zu Beginn in einer neuen Stadt interessant, aber auch im weiteren Verlauf des Studiums. Zudem fällt das Knüpfen von Kontakten außerhalb der eigenen „Bubble“ häufig schwer. Hieran knüpfen Begegnungsformate an. Es hat sich gezeigt, dass daran teilnehmende Studierende später häufig an Folgeveranstaltungen und weiteren Angeboten teilgenommen haben.

Begegnungsformate können in Form von eigenen Veranstaltungen organisiert werden. Zusätzlich lohnt sich ein Blick auf am Standort bereits existierende Veranstaltungsformate – sowohl im Kontext der Hochschule als auch der lokalen Zivilgesellschaft –, an denen sich beteiligt werden kann. In die Veranstaltungen sollten im besten Fall jeweils Vertreter\*innen sowohl der Hochschule als auch der Mittlerorganisation involviert sein. Diese können sich im Verlauf der Veranstaltung vorstellen und erste Einblicke in das Thema „Engagement / lokale Engagementmöglichkeiten“ sowie in weitere thematische Angebote geben. Durch die Einbindung weiterer lokaler Organisationen können durch die Events zusätzliche Begegnungen (beispielsweise mit Engagierten und Vertreter\*innen von Organisationen oder der Stadtgesellschaft) ermöglicht werden.

## BEISPIELE

• • **Interkulturelle Feste**

Feste mit einer interkulturellen und internationalen Ausrichtung sind gute Gelegenheiten für niedrigschwellige Begegnungen, bei denen Spaß und der entspannte Austausch im Zentrum stehen. Dabei helfen beispielsweise Livemusik sowie das Angebot von unterschiedlichen Speisen und Getränken. Durch die Ausrichtung an zentralen Orten außerhalb des Campusgeländes sind sie nicht nur für Studierende, sondern auch für die Stadtgesellschaft interessant.



Herbstfest in Marburg in Kooperation mit dem interkulturellen Begegnungszentrum Kerner und dem Mehrgenerationenhaus © Philipps-Universität Marburg

Anhand von Kooperationen mit weiteren lokalen Organisationen und Initiativen können nicht nur zusätzliche Begegnungen ermöglicht, sondern auch hilfreiche Partnerschaften (beispielsweise für Musik und Catering) gefunden werden. Durch eine kurze Rede können sich die involvierten Organisationen vorstellen. In persönlichen Gesprächen sowie durch zumindest zweisprachige Handzettel (in Englisch und Deutsch) kann auf zusätzliche Informationen zu den Organisationen sowie zu lokalen Engagementmöglichkeiten aufmerksam gemacht werden. Die Feste lassen sich beispielsweise regelmäßig als Frühlings-, Sommer- und / oder Herbstfest veranstalten.

• • **Internationales Kochevent / Buffet**

Gemeinsames Kochen und Essen sind geeignete Aufhänger für Begegnungsformate. Im Zentrum stehen hierbei die Studierenden selbst, die Gerichte aus ihrer Heimat kochen und dabei von ihrem Herkunftsland, ihrem Alltag und ihrer Kultur erzählen. Je nach Gericht und zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten kann das Essen gemeinsam zubereitet oder fertig mitgebracht werden.

Im Projekt wurden die Kochevents coronabedingt als Online-Formate durchgeführt. Hierfür werden die Rezepte vorab online zur Verfügung gestellt. Am Tag des Events werden die kochenden Studierenden bei der Zubereitung des Essens gefilmt – dies wird live im Internet als Stream übertragen. Zu Hause können die Zuschauenden zeitgleich mitkochen. Über eine Hotline ist es möglich, Fragen zu beantworten



– so können kurze Dialoge zwischen den Studierenden und den Zuschauer\*innen entstehen. Als erfolgreiches Konzept hat sich hierfür auch die Anfrage international zusammengesetzter Wohngemeinschaften erwiesen, die dann beim gemeinsamen Kochen gefilmt werden.

👉 Best Practice: **Online-Kochevents Eberswalde**

• • **Internationaler Spielenachmittag**

Gemeinsame Spielenachmittage der Mittlerorganisation und des International Office lassen sich sowohl drinnen als auch draußen organisieren. Für drinnen eignen sich Brettspiele, bei einem Spielenachmittag an der frischen Luft können die Teilnehmenden Spiele wie Badminton oder Frisbee ausprobieren. Am Ende der Veranstaltung kann über weitere Angebote und Engagementmöglichkeiten informiert werden.

• • **Internationaler Stammtisch**

Dieses Format soll neben dem Kennenlernen der beteiligten Organisationen den internationalen Studierenden die Möglichkeit bieten, Deutsch zu üben, in Kontakt mit Menschen aus der lokalen Stadtgesellschaft zu kommen und sich zu vernetzen. Angesprochen werden daher zusätzlich zu den Studierenden gezielt auch alle, die Interesse an internationalem und interkulturellem Austausch haben. Durch den persönlichen Kontakt können Vorurteile abgebaut und interkulturelle Kompetenzen erweitert werden. Den Stammtisch kann man immer am selben Ort, an wechselnden Orten oder bei Bedarf auch digital als Videokonferenz anbieten.

• • **Barcamp mit Akteur\*innen aus der Stadtgesellschaft**

Bei einem größer angelegten Format wie einem Barcamp können sich Studierende gemeinsam mit Akteur\*innen aus der Stadtgesellschaft und Vertreter\*innen von gemeinnützigen Organisationen und Initiativen mit relevanten Themen und Fragestellungen auseinandersetzen. Das Barcamp lebt dabei von den Themen, die die Teilnehmer\*innen mitbringen und diskutieren möchten. In unterschiedlichen Formaten – im Plenum, über Begegnungen und Sessions in kleinen Gruppen – ermöglicht das Barcamp einen Dialog zwischen den unterschiedlichen Teilnehmer\*innen über gesellschaftliche Herausforderungen und das gemeinsame Entwickeln von Perspektiven und Lösungen.

Mit der Wahl eines Themas wie Diversität, Vielfalt und Rassismus wird ein für die Zielgruppe relevantes Themenfeld fokussiert und eine Sensibilisierung für Möglichkeiten des Engagements in diesem Bereich erreicht. Derartige Formate ermöglichen es, an geteilte Herausforderungen anzuknüpfen, die innerhalb der Studierendenschaft und der Stadtgesellschaft existieren.

👉 Best Practice: **Barcamp for Diversity in Duisburg-Essen**



### • • Digitale Begegnungsräume

Auch digitale Begegnungsmöglichkeiten sind realisierbar, zum Beispiel mittels eines datenschutzkonformen Messaging-Services zum Thema Engagement. Hierüber kann die Vernetzung von Engagementinteressierten, Engagierten und zivilgesellschaftlichen Organisationen erreicht und somit die Entwicklung einer Gemeinschaft im digitalen Raum angestoßen werden. Zusätzlich können beispielsweise monatlich stattfindende Abendveranstaltungen auf dem Server organisiert werden, bei denen sich die Studierenden mit gemeinnützigen Initiativen und Organisationen austauschen und vernetzen können (siehe hierzu auch → interne digitale Plattformen, ↪ S. 71).

### BEWERBUNG

Die Begegnungsformate sollte man mit einer gewissen Vorlaufzeit über diverse Kanäle bewerben, beispielsweise über die → direkte Ansprache ( ↪ S. 58) und die Verbreitung von → Informationsmaterialien ( ↪ S. 56) über → Social Media & Websites ( ↪ S. 65) und → interne digitale Plattformen ( ↪ S. 71). In manchen Fällen bietet sich zur besseren Planung die Vorgabe einer vorherigen Anmeldung zur Veranstaltung an.

Insbesondere dann, wenn weitere gemeinnützige Organisationen an der Planung beteiligt sind, können deren Netzwerke zur Bewerbung der Angebote genutzt werden. Dies ist vor allem dann wichtig, wenn für die Veranstaltungen auch Personen und Organisationen der Stadtgesellschaft erreicht werden sollen.

## SOCIAL MEDIA & WEBSITE

### EINSETZBAR IN

Phase 1  Phase 2  Phase 3  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Websites und Social Media eignen sich, um mit den Studierenden Informationen zu teilen und auf andere Formate dieses Werkzeugkastens aufmerksam zu machen. Insbesondere soziale Medien wie Instagram, Facebook & Co. sind zudem bestens geeignet, um kurz- und langfristige Kontakt mit der Zielgruppe aufzubauen. Innovative Formate und die Nachrichtenfunktion sind dafür besonders hilfreich und bleiben den Studierenden nachhaltig im Gedächtnis.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Social Media und Websites eignen sich für unterschiedliche Zwecke.

### BEISPIELE

#### • • Social Media

Bunt, interaktiv, flexibel – mithilfe von Social-Media-Kanälen können die Studierenden kreativ erreicht und ein langfristiger Kontakt aufgebaut werden. Auf den Accounts von Hochschule und Mittlerorganisation kann man regelmäßig Werbung zu einzelnen Aktionen, kurzfristigen Engagementmöglichkeiten und -angeboten teilen.

Um den Überblick zu behalten, sollten die Verantwortlichen am Anfang eine Social-Media-Strategie erstellen, die in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird. Diese beantwortet die Frage, welche Zielgruppe auf welche Art und Weise erreicht werden soll. Danach ist ein Redaktionsplan sinnvoll. In diesen wird eingetragen, wann man welche Posts veröffentlicht.

Jedes soziale Netzwerk hat eine eigene Zielgruppe. **Twitter** eignet sich beispielsweise eher dafür, Mittlerorganisationen und zivilgesellschaftliche Organisationen oder Vereine zu erreichen – Studierende informieren sich hier eher nicht über ein mögliches Engagement. Dafür sind Instagram und Facebook besser geeignet, da viele Studierende hier in ihrer Freizeit unterwegs sind.

Viele internationale Studierende organisieren sich in Gruppen auf **Facebook**. Hier gibt es in der Regel unterschiedliche thematische Gruppen, zum Beispiel für bestimmte Studiengänge, Jahrgänge oder auch verschiedene Nationalitäten. Es lohnt sich deshalb, diese Gruppen für den jeweiligen Standort zu recherchieren und dort zielgerichtet passende Informationen zu veröffentlichen.

**Instagram** zeichnet sich besonders durch Bilder und kurze Videos aus. Zum Beispiel können Bilder von Aktionen geteilt werden, um Interessierte darüber zu informieren, welche Projekte schon stattgefunden haben. Auch die Livefunktion von Instagram, die Veranstaltungen in Echtzeit überträgt, kann viele Menschen erreichen. Darüber hinaus können durch ansprechend gestaltete Bilder oder Fotos anstehende Aktionen beworben werden. Mit den Funktionen „Sammlungen“ und „Highlights“ bietet Instagram außerdem die Möglichkeit, Posts thematisch zu ordnen. So lässt sich zum Beispiel ein Highlight oder eine Sammlung mit aktuellen Engagementmöglichkeiten, Informationsmaterialien oder Kontaktdaten erstellen, auf die die Studierenden bei einem Besuch des Instagram-Profiles zugreifen können.



Um internationale Studierende anzusprechen, bietet es sich an, auf Facebook und Instagram zweisprachig zu posten. Die Nachrichtenfunktion beider Netzwerke ermöglicht es außerdem, in direkten Kontakt mit den Studierenden zu treten. Dazu können die Studierenden in Posts aufgefordert werden.

#### • • Website

Auf einer gut organisierten Website können die Besucher\*innen schnell alle wichtigen Informationen finden. Dafür muss nicht zwangsläufig eine eigene Website für das Thema Engagement (internationaler) Studierender angelegt werden. Es kann auch ausreichen, eine (Unter-)Seite oder einen Projektreiter zum Beispiel auf der Website der Hochschule und der Mittlerorganisation einzurichten, die dann mit Unterseiten ergänzt wird. Dort sollten alle zentralen Informationen über Engagement im Allgemeinen und aktuelle Aktivitäten zu finden sein. Zudem können zentrale Dokumente bereitgestellt werden, die den Studierenden weiterhelfen. Es ist ratsam, diese auch auf Englisch zu veröffentlichen.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, weitere Werkzeuge dieses Werkzeugkastens auf der Website zu verlinken oder zu integrieren, unter anderem Hinweise auf → interne digitale Plattformen (👉 S. 71) oder → Engagementkataloge (👉 S. 76). Außerdem können eigene Rubriken, zum Beispiel das „Engagement des Monats“, eingeführt (siehe → Einblicke in Engagementorte, 👉 S. 69) oder auf Videos verlinkt werden, in denen Studierende ihr eigenes Engagement vorstellen (siehe → Videomaterialien, 👉 S. 67). Auf der Website kann ferner ein digitaler Newsletter zur Verfügung gestellt werden, der in regelmäßigen Abständen per E-Mail über vergangene Projekte oder aktuelle Angebote informiert.

Eine Website ist in der Regel weniger interaktiv als Social-Media-Kanäle, kann aber detaillierter über Veranstaltungen und Projekte informieren. Mit einem übersichtlichen Kontaktformular oder weiteren Angeboten (zum Beispiel eine Telefonnummer oder ein Verweis auf die sozialen Netzwerke) können die Studierenden dazu motiviert werden, bei Fragen zu dem Projekt selbst aktiv zu werden oder sich für eine Beratung anzumelden.

## VIDEOMATERIALIEN

### EINSETZBAR IN

● Phase 1   ● Phase 2   ○ Phase 3   ● Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Videomaterialien können dazu genutzt werden, um den Fokus auf das Thema Engagement und entsprechende Angebote am Hochschulstandort zu lenken. Zudem ermöglichen sie Einblicke in konkrete Engagementorte und machen bereits bestehendes Engagement der Studierenden sichtbar.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Videomaterialien kann man auf unterschiedliche Weise produzieren, im Folgenden werden zwei Varianten vorgestellt. Generell zu beachten ist, dass Videos meist besser angenommen werden, je kürzer sie sind.

Die Videomaterialien können anschließend auf den YouTube-Kanälen, Websites und Social-Media-Accounts der Hochschule und Mittlerorganisation sowie beispielsweise in digitalen Newslettern online gestellt oder verlinkt werden.

### BEISPIELE

#### • • Produktion von Imagefilmen oder Videoclips

Ein Imagefilm ist geeignet, um einen ersten Überblick über die unterschiedlichen Möglichkeiten des Engagements an der Hochschule oder dem Hochschulstandort zu geben. Engagierte Studierende, beteiligte Organisationen und Lehrende können Einblicke in die vielfältigen Engagementmöglichkeiten und Service-Learning-Seminare an der Hochschule, in ihre Kooperation und in ihre eigenen Engagementserfahrungen geben.

👉 Best Practice: **Service Learning und freiwilliges Engagement an der Universität Duisburg-Essen**

Alternativ kann man kürzere Videos mit dem Fokus auf einzelne Studierende oder Engagementorte produzieren. Hierfür werden die Studierenden während ihres Engagements gefilmt und berichten über ihre Erfahrungen beim jeweiligen Engagement(ort).

👉 Best Practice: **Videoclips zu Engagement in Eberswalde**

### • • Aufzeichnungen von digitalen Formaten

Viele der in diesem Werkzeugkasten vorgestellten digitalen Formate können aufgezeichnet und als Videomaterialien online zur Verfügung gestellt werden, beispielsweise über YouTube oder die jeweiligen Webseiten. Auf diese Weise sind sie für die Studierenden längerfristig, asynchron und unverbindlich abrufbar.

Digitale Veranstaltungsformate, die als Videokonferenz angeboten werden, lassen sich meist direkt über eine entsprechende Funktion des Konferenztools aufzeichnen. Bei manchen Formaten kann es auch sinnvoll sein, sie von vornherein anstatt als Liveevent als Aufzeichnung zum späteren Onlinestellen zu planen – zum Beispiel, wenn nicht mit viel Beteiligung der live zugeschalteten Personen zu rechnen ist. Die Videos sollten eine Länge von fünf bis sieben Minuten nicht überschreiten. Hierfür geeignet sind beispielsweise digitale [Einblicke in Engagementorte](#) ([S. 69](#)).



### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Die Videomaterialien eignen sich auch, um im Rahmen anderer Werkzeuge wie zum Beispiel einer [Engagementberatung](#) ([S. 85](#)) oder der [curricularen Verankerung](#) ([S. 100](#)) unterschiedliche Engagementorte vorzustellen.

## EINBLICKE IN ENGAGEMENTORTE

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Dieses Instrument beinhaltet unterschiedliche Informationsformate, bei denen lokale Orte des Engagements im Fokus stehen. Insbesondere digitale Formate sind eine spannende und vergleichsweise einfache Alternative, um den Studierenden Organisationen, Initiativen oder Vereine aus ihrer Region (persönlich) vorzustellen, bei denen sie sich in Zukunft engagieren können.

### BEISPIELE

#### • • Digitale Interviewreihe

Anhand dieser Videoreihe können Studierenden Engagementangebote in der Region vorgestellt werden. Dazu bieten sich verschiedene Formate an. In einer Liveveranstaltung können sich gemeinnützige Organisationen oder Initiativen präsentieren und den Studierenden im direkten Austausch für konkrete Fragen zur Verfügung stehen. Alternativ kann man kurzweilige Interviews produzieren und online zur Verfügung stellen. Auch von Liveinterviews kann ein Mitschnitt erstellt werden. Dadurch können Studierende auch längerfristig und unverbindlich von zu Hause aus darauf zugreifen (siehe hierzu auch [Videomaterialien](#), [S. 67](#)).



Den Organisationen oder Initiativen sollte vorab ein Infoblatt bereitgestellt werden, damit sie sich auf die Veranstaltung vorbereiten können. Dieses kann zum Beispiel Informationen zur Dauer der Veranstaltung oder Leitfragen für das Interview beinhalten. Die Videos sollten eine Länge von fünf bis sieben Minuten nicht überschreiten.

Darüber hinaus können auch Interviews vor Ort mit Vertreter\*innen der jeweiligen Institution geführt werden. Auch diese können als [Videomaterialien](#) ([S. 67](#)) zur Verfügung gestellt werden.

[Best Practice: „Get involved – Engagiert bei ...“ & 5 Minuten Ehrenamt mit ... in Duisburg-Essen](#)

- • „Engagement des Monats“

Auf der Website oder den Social-Media-Kanälen der Mittlerorganisation und / oder der Hochschule wird jeden Monat ein konkretes Engagementangebot vorgestellt, das für die Zielgruppe der Studierenden besonders interessant ist. Durch ein Bild und eine kurze Beschreibung auf Englisch wird das Angebot greifbarer und motiviert die Studierenden dazu, sich dafür zu melden. Um den Prozess zu erleichtern, sollten die Kontaktdaten einer konkreten Ansprechperson angegeben sein.

👉 Best Practice: **Engagement of the month in Eberswalde**

- • Workshop „Community-Engagement“

Der Workshop hat das Ziel, den Studierenden die Vorteile von freiwilligem Engagement zu vermitteln und darüber hinaus konkrete Engagementmöglichkeiten vorzustellen. Die Teilnehmenden erarbeiten zunächst gemeinsam mit den Referent\*innen die verschiedenen Formen von Engagement und vergleichen anschließend ihre Erwartungshaltungen mit dem tatsächlichen Angebot. Zusätzlich stellen sich verschiedene Akteur\*innen und Initiativen aus dem Bereich Engagement in der Stadtgesellschaft vor und stehen für Fragen zur Verfügung. Dies können Vertreter\*innen von Einsatzorten sein, aber auch Freiwillige, die von ihren eigenen Erfahrungen im Engagement berichten. Der persönliche Kontakt ermöglicht den Studierenden einen niedrigschwelligen Eintritt in ein Engagement.

Der Workshop kann sowohl digital als auch in Präsenz umgesetzt werden.

## BEWERBUNG

Zur Bewerbung empfiehlt sich die → direkte Ansprache (👉 S. 58) und die Verbreitung von Informationsmaterialien (👉 S. 56) über → Social Media & Websites (👉 S. 65) und → interne digitale Plattformen (👉 S. 71).

Bei Liveveranstaltungen kann eine vorherige Anmeldung sinnvoll sein.

## HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Ein weiteres Veranstaltungsformat, das Einblicke in lokale Engagementorte bietet, ist der → Volunteer Walk (👉 S. 79).

## INTERNE DIGITALE PLATTFORMEN

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Interne digitale Plattformen können für diverse Zwecke genutzt werden. Je nach Plattform gehören zu den Möglichkeiten:

- die Ansprache der Studierenden und die Bewerbung von Veranstaltungen
- das Informieren über passende Engagementmöglichkeiten und die Vermittlung in ein Engagement
- die Vernetzung von Studierenden und Organisationen
- die digitale Begleitung der Studierenden während ihres Engagements

In der Regel ist für die Studierenden vorab eine Registrierung oder Aufnahme für den Zugang zur Plattform notwendig.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Auf den folgenden Plattformen können je nach Bedarf thematische Gruppen oder Seiten angelegt werden, die dann allen Teilnehmenden zur Verfügung stehen.

### BEISPIELE

- • **Interne Plattformen der Hochschulen und der Mittlerorganisationen**

Hochschulen arbeiten häufig mit internen digitalen Campus-Management-Systemen, zu denen alle Studierenden einen persönlichen Zugang haben. Hierüber werden zum Beispiel organisatorische Prozesse abgewickelt und Informationen oder Materialien zur Verfügung gestellt. Ein hierfür häufig verwendetes System ist Stud.IP (eine Abkürzung für Studienbegleitender Internetsupport von Präsenzlehre) oder auch das Managementsystem ILIAS. Darüber ist ebenfalls die Anmeldung zu Veranstaltungen möglich.

Von zivilgesellschaftlichen Organisationen wird häufig das Managementsystem Freinet genutzt, um die registrierten Freiwilligen zu verwalten und zu kontaktieren. Über Freinet ist eine gezielte Koordination und Kommunikation mit den registrierten Freiwilligen möglich.

Für Informations- und Werbezwecke eignen sich unter anderem auch die jeweiligen Websites (siehe hierzu auch → Social Media & Website, 👉 S. 65).

### • • Discord-Server

Discord ist eine Kommunikations-App, die ihren Anwender\*innen die Möglichkeit bietet, eigene öffentliche Server aufzusetzen und diese als Plattform für den Austausch von Ideen, Neuigkeiten oder Interessen zu nutzen. In einem Discord-Server können unterschiedliche themenbasierte Kanäle erstellt und in diesen mit anderen gemeinsam gearbeitet, Inhalte geteilt sowie Video- / Audiokonferenzen abgehalten werden. Zudem kann man sich über eine Chatfunktion austauschen.



So kann mittels eines Discord-Servers zum Thema Engagement die Vernetzung von Engagement-interessierten, bereits Engagierten und gemeinnützigen Organisationen und Initiativen erreicht und somit die Entwicklung einer Gemeinschaft im digitalen Raum angestoßen werden. Studierende können sich über Text- und Sprachkanäle online und von Peers über Engagementaktivitäten informieren, sich zu Engagementmöglichkeiten beraten lassen und zwanglos mit Gleichgesinnten oder gemeinnützigen Organisationen vernetzen. Mittels Hashtags und zugewiesenen Rollen lassen sich direkte Benachrichtigungen an Interessierte versenden.

Außerdem können regelmäßig stattfindende digitale Treffen auf dem Server angeboten werden, bei denen sich die Studierenden mit Vertreter\*innen der Mittlerorganisationen und Engagementorte austauschen und vernetzen können. Auch eine digitale Engagementberatung (S. 85) kann über einen Discord-Server stattfinden.

Ein Discord-Server eignet sich besonders dafür, junge Zielgruppen anzusprechen. Der Vorteil ist, dass er via Browser und auf dem Smartphone genutzt werden kann, ohne dass Software installiert werden muss. Zu beachten ist jedoch, dass Discord keine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung anbietet und datenschutzrechtlich umstritten ist. Teilnehmenden Organisationen sollte man zu Beginn Unterstützung zur Orientierung auf dem Discord-Server anbieten.

👉 Best Practice: **Discord-Server „fairknüpfen“ in Essen**

### • • Moodle(-Räume)

Moodle ist eine Lernplattform, die im Hochschulkontext zur Organisation von Lehrveranstaltungen genutzt wird. Sie eignet sich aber auch als Informations- und Austauschplattform, beispielsweise zur Bewerbung von Engagementmöglichkeiten, zur Verbreitung aktueller Informationen zu Veranstaltungen und zu didaktischen Angeboten im Engagementkontext. Durch das Einrichten eines Moodle-Raums für Engagement entsteht für die Studierenden ein niedrigschwelliger Zugang zu engagementbezogenen Informationen.

Zudem bietet ein solcher Moodle-Raum den Austausch mit Gleichgesinnten. Verschiedene Foren ermöglichen einen themenbezogenen Dialog. Durch entsprechende Einstellungen im Forum-Abonnement werden bei neuen Einträgen Benachrichtigungen an die Teilnehmenden des Kurses gesendet.

### • • Soziale Netzwerke: Instagram, Facebook- & Messengergruppen

Die sozialen Netzwerke wie Instagram sowie Facebook- und Messengergruppen werden vor allem als Informations- und Werbekanäle genutzt, um die Zielgruppe schnell und niedrigschwellig zu

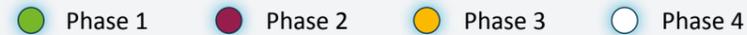
erreichen. In Facebook- und Messengergruppen kann auch direkt mit den Studierenden kommuniziert werden. Hierfür können thematische Gruppen angelegt oder existierende Gruppen genutzt werden (siehe hierzu auch Social Media & Website, S. 65).

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Auch Videokommunikationsplattformen wie zum Beispiel BigBlueButton (BBB) oder Zoom können bei der Umsetzung von Veranstaltungen und Beratungen zum Einsatz kommen. Sie bieten eine weitere Möglichkeit, hybride Veranstaltungen zu organisieren, die den Teilnehmenden mehr Flexibilität einräumen.
- In Bezug auf den Datenschutz muss die Nutzung von digitalen Kommunikationskanälen und -plattformen an Hochschulen grundsätzlich mit dem\*der Datenschutzbeauftragten abgeklärt werden.
- Zu beachten ist, dass nicht immer eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung gegeben ist.

## ENGAGEMENTTANDEMS

### EINSETZBAR IN



### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Unter Engagementtandems versteht man das Zusammenbringen von meist zwei sich engagierenden Personen. Insbesondere für neu Engagierte können hierdurch Hürden abgebaut werden.

Als Engagementtandem erhalten sie:

- Unterstützung beim Einstieg in ein Engagement durch eine konkrete Ansprechperson
- eine feste Bezugsperson zum Austausch bei (Anfangs-)Schwierigkeiten (zum Beispiel bei dem Kennenlernen der Organisation oder Sprachbarrieren)
- die Möglichkeit zum Knüpfen neuer Kontakte über ein gemeinsames Thema

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Engagementtandems können auf unterschiedliche Weise zusammengestellt sein – je nachdem, welches Ziel mit dem Bilden der Tandems verfolgt werden soll. Gegebenenfalls lässt sich dabei auch auf bereits bestehende Strukturen zurückgreifen.

### BEISPIELE

#### • • Bereits Engagierte und Studierende

Den Studierenden wird der Start ins Engagement bei einer zivilgesellschaftlichen Organisation erleichtert, wenn sie sich mit einer ihnen fest zugewiesenen und dort bereits engagierten Person austauschen können. Hierfür sollte vorab bei den Einsatzstellen angefragt werden, ob eine entsprechende Person als Tandempartner\*in für die Studierenden zur Verfügung steht. Diese sollte möglichst über relevante Sprachkenntnisse verfügen.

#### • • Zwei neu engagierte Studierende

Gemeinsam startet es sich leichter. Daher können auch Tandems aus zwei neu Engagierten sinnvoll sein, die sich wechselseitig unterstützen. Dies bietet sich insbesondere für Studierende an, die sich bereits gemeinsam über Engagement informiert oder sich zum Beispiel bei Dialogveranstaltungen zum Engagement kennengelernt haben und sich für dasselbe Engagementfeld interessieren. Sie können aber auch für ihr Engagement neu zusammengebracht werden.

Diese Form der Engagementtandems bietet sich auch für kurzfristige, selbstständige Engagements an, wie die Teilnahme an einem Engagement- oder Freiwilligentag der Stadt. Für das Bilden der Tandems eignet sich eine Plattform, auf der sich die Studierenden entweder bereits gemeinsam als Tandem registrieren oder sich einzeln anmelden können und ihnen anschließend passende Partner\*innen zugeordnet werden.



#### • • „Buddy-Programm“ der Hochschule

Eine weitere Möglichkeit ist die Zusammenarbeit mit einem „Buddy-Programm“ der Hochschule. Viele Hochschulen bieten ein solches Programm für neu ankommende internationale Studierende an: Bereits am Studienort lebende Studierende werden mit neu ankommenden internationalen Studierenden zusammengebracht, um ihnen den Einstieg in den Hochschulalltag und das Stadtleben zu erleichtern und den interkulturellen Austausch zu fördern. Die „Buddys“ unterstützen unter anderem bei der Wohnungssuche, Behördengängen, Bankgeschäften, dem Abschluss von Krankenversicherungen sowie der Orientierung im Alltag und den Abläufen an der Hochschule. Häufig sind die „Buddy-Programme“ an das International Office angegliedert, teilweise bieten auch einzelne Fakultäten eigene Programme an.

In manchen Fällen kann zudem bereits der Einsatz als „Buddy“ als Einstieg in ein Engagement gesehen werden, sofern diese ehrenamtlich tätig sind. Auch internationale Studierende können nach einiger Zeit am Studienort selbst zu einem „Buddy“ für neu ankommende Studierende werden.

### BEWERBUNG

Die Möglichkeit von Tandems sollte man deutlich kommunizieren, da sie den Studierenden den Start in das Engagement erleichtern und somit ein motivierender Faktor für den Einstieg sein können.

Bei Organisationen, die Tandempartnerschaften anbieten, kann die Information dazu beispielsweise bereits in den Eintrag im Engagementkatalog (👉 S. 76) integriert werden.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- An vielen Orten existieren bereits lokale Tandem- oder Patenschaftsprogramme, beispielsweise angegliedert an die Mittlerorganisation. Diese können ausgeweitet und gezielt auch bei den Studierenden beworben werden, die dabei sowohl Patenschaftsgeber\*innen als auch -nehmer\*innen sein können.
- Tandems von Studierenden untereinander scheinen eine geringere Hürde für die Studierenden darzustellen. Hier bieten sich auch von Studierenden initiierte Projekte an.

## ENGAGEMENTKATALOG

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Der Engagementkatalog bietet eine Übersicht über die Vielfalt der Möglichkeiten und Angebote des Engagements am Studienort. Innerhalb des Kataloges werden konkrete Engagementmöglichkeiten sowie Beschreibungen der jeweiligen Organisationen, individuellen Aufgabenfelder und der sprachlichen oder inhaltlichen Voraussetzungen für ein dortiges Engagement dargestellt.

Der Engagementkatalog ermöglicht es den Studierenden, sich eigenständig über Themenfelder und konkrete Angebote zu informieren und erleichtert die Suche nach einem passenden Engagement.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Insbesondere in elektronischer Form, beispielsweise als Online-Katalog, sollte der Engagementkatalog existieren. Zusätzlich ist auch eine Printversion möglich. Er sollte zumindest zweisprachig (auf Deutsch und Englisch) zur Verfügung stehen.

Im Engagementkatalog werden konkrete und aktuelle Engagementmöglichkeiten von lokalen Organisationen dargestellt. Für die Erstellung des Engagementkataloges werden gezielt Organisationen angesprochen und um eine Vorstellung ihrer Engagementmöglichkeiten gebeten. Dabei sollte man auch nach für die Zielgruppe relevanten Kriterien fragen, beispielsweise nach notwendigen oder in der Organisation vorhandenen Sprachkenntnissen. Inneruniversitäre Engagementmöglichkeiten können den Engagementkatalog für die Zielgruppe komplettieren. Das Repertoire der vorhandenen Engagementangebote sollte fortlaufend ergänzt werden.

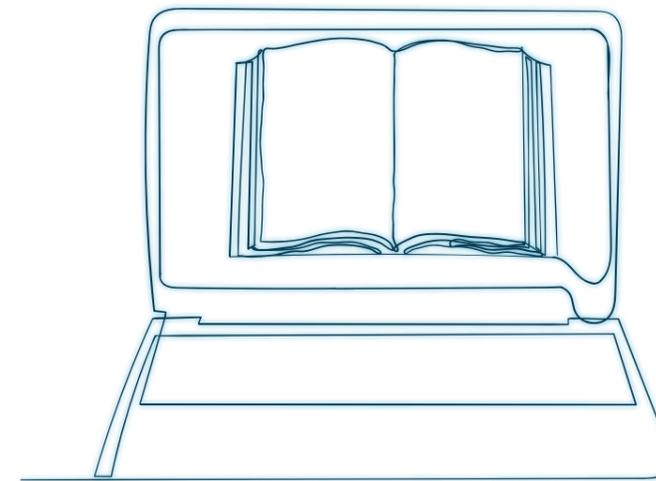
Um die eigenständige Nutzung des Kataloges für Interessierte zu erleichtern, empfiehlt es sich, die Engagementmöglichkeiten nach Themenfeldern zu strukturieren. Als Kategorien eignen sich etwa „Gesundheit“, „Natur und Umwelt“, „Kinder und Jugend“ sowie „Kultur“. Innerhalb dieser Struktur wird auf die Organisation sowie bestimmte Projekte verwiesen, bei denen diese Angebote angesiedelt sind. Für die Studierenden können Engagements, die für sie besonders geeignet scheinen, noch einmal zusätzlich hervorgehoben werden, beispielsweise durch das „Engagement des Monats“ (siehe hierzu auch [Einblicke in Engagementorte](#), S. 69).

Der Katalog bedarf einer regelmäßigen Aktualisierung und Anpassung.

### BEISPIELE

#### • • Online-Datenbank der Mittlerorganisation

Besonders einfach zugänglich und hilfreich für interessierte Studierende ist ein Engagementkatalog in Form einer Online-Datenbank. Diese kann beispielsweise in die Website der Mittlerorganisation integriert werden. Filteroptionen erleichtern es den Suchenden, passende Angebote nach persönlichen Präferenzen zu finden, zum Beispiel in Bezug auf das Themenfeld des Engagements, den Ort, die Sprachkompetenzen oder die Zielgruppe.



Für den Aufbau eines solchen Engagementkataloges hat sich bei vielen Mittlerorganisationen die Nutzung der Datenbanksoftware Freinet zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements sowie des Freiwilligenmanagements im Internet bewährt. Eine vorherige Anmeldung der Interessierten ist für die Nutzung des Kataloges nicht erforderlich. Es kann jedoch die Möglichkeit einer Registrierung als „Freiwillige\*r“ in die Datenbank integriert werden, die den Suchenden zusätzliche Unterstützung beim Finden eines passenden Engagements bietet.

Über ein Formular können die Interessierten Angaben bezüglich ihrer gewünschten Tätigkeitsfelder, Sprachkenntnisse, Motivation oder Verfügbarkeit machen und werden anschließend von der Mittlerorganisation für eine erste [Engagementberatung](#) ([S. 85](#)) kontaktiert.

[Best Practice: Engagement-Finder Eberswalde und Engagementfinder Halle \(Saale\)](#)

#### • • Website der Hochschule

Auch auf der Website der Hochschule oder auf einer zum Thema eingerichteten (Unter-)Seite der zuständigen Einrichtung können Hinweise zu Engagementmöglichkeiten dargestellt werden. Sinnvoll sind hierfür eine Auflistung mit Engagementmöglichkeiten an der Hochschule sowie eine Verlinkung zum frei zugänglichen Engagementkatalog der örtlichen Mittleragentur (und gegebenenfalls der umliegenden Gebiete und Städte), sofern vorhanden. Dies stellt für interessierte Studierende eine zentrale und leicht zugängliche Informationsmöglichkeit dar.

#### • • Veröffentlichung von spezifischen Engagementangeboten

Eine Möglichkeit zur spezifischen Erreichbarkeit der Zielgruppe ist das Veröffentlichen von konkreten Engagementangeboten über [Social Media & Websites](#) ([S. 65](#)) oder auf [internen digitalen Plattformen](#) ([S. 71](#)). Die Engagementangebote sollten hierfür nach passenden Kriterien für die Zielgruppe vorgefiltert werden (zum Beispiel im Hinblick auf notwendige Sprachkompetenzen oder die Dauer des Engagements). Zudem sollte bei dem veröffentlichten Angebot eine Ansprechperson mit Kontaktdaten angegeben sein.

Mithilfe eines Discord-Servers können gemeinnützige Organisationen oder Initiativen ihre Engagementangebote außerdem direkt bewerben. Über entsprechende Kanäle können diese beispielsweise nach Tätigkeitsfeldern sortiert werden. Mittels Hashtags und zugewiesenen Rollen lassen sich direkte Benachrichtigungen an Interessierte versenden, die sich selbst bestimmte Interessensfelder (zum Beispiel Nachhaltigkeit) und Tätigkeiten ausgewählt haben. Zu Beginn sollte man den teilnehmenden Organisationen eine Einführung und weitere Unterstützung zur Orientierung auf dem Server anbieten.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Vor Erstellung eines neuen Engagementkataloges lohnt sich die Recherche, ob derartige Kataloge bereits existieren (zum Beispiel bei Freiwilligenagenturen, Bürgerstiftungen oder der Stadt). Hier kann dann eine Kooperation aufgenommen werden.
- Bereits bestehende Kataloge können für die Zielgruppe angepasst werden, unter anderem durch die Übersetzung der Angebote in die relevanten Sprachen oder durch zusätzliche Filterfunktionen.
- Engagementkataloge ohne vorherige Registrierung bieten eine niederschwellige Informationsmöglichkeit, da viele durch den Anmeldeprozess abgeschreckt werden.
- Auch über [Videomaterialien](#) (👉 S. 67) und [Einblicke in Engagementorte](#) (👉 S. 69) lassen sich Informationen zu konkreten Engagementmöglichkeiten für die Zielgruppe verbreiten.

## VOLUNTEER WALK

### EINSETZBAR IN

- Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Im Rahmen des Volunteer Walks (zu Deutsch Engagementspaziergang) können engagementinteressierte Studierende konkrete Orte des Engagements in ihrer Stadt kennenlernen. Hierfür besuchen die Studierenden als Gruppe gemeinsam mit einer Ansprechperson nacheinander mehrere Non-Profit-Organisationen, die sich und die dortigen Engagementmöglichkeiten vorstellen.

Die Studierenden erlangen durch den Volunteer Walk:

- authentische Einblicke in zivilgesellschaftliche Organisationen und deren Räumlichkeiten
- persönlichen Kontakt zu den Organisationen und dortigen Ansprechpersonen, wodurch Hürden abgebaut werden und der Einstieg ins Engagement erleichtert wird
- die Möglichkeit des Kennenlernens und der Vernetzung mit anderen engagementinteressierten Studierenden

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Als erster Schritt sollte überlegt werden, welche lokalen Engagementorte sich für ein Engagement der Studierenden besonders eignen und bei den entsprechenden Organisationen für die Teilnahme am Volunteer Walk geworben werden. Pro Veranstaltung empfehlen wir drei bis vier Engagementorte. Mit den teilnehmenden Organisationen sollten anschließend Absprachen über Ziele, Zeitplan und Inhalte des Volunteer Walks stattfinden. Zu klärende Fragen sind unter anderem: notwendige Sprachkenntnisse vor Ort, die Erwartung an die Studierenden, der zeitliche Rahmen eines Engagements sowie die Begleitungsmöglichkeiten der Studierenden in der Organisation.

Während des Volunteer Walks sollte auf die Sprachkenntnisse der Studierenden geachtet und bei Bedarf sollten alle Informationen ins Englische und / oder in andere relevante Sprachen übersetzt werden. Zudem ist es sinnvoll, bereits im Vorfeld des Volunteer Walks den geplanten Ablauf sowie Informationsmaterialien zu den Organisationen an die Teilnehmenden zu verteilen (zum Beispiel Flyer oder Kurzbeschreibungen der Organisationen in deutscher und englischer Sprache, Links zur Website), sodass diese sich vorbereiten können.



## BEISPIELE

### • • Analoger Volunteer Walk

Bei der Zusammenstellung der zu besuchenden Organisationen und der Planung der Route eines analogen Volunteer Walks sollte darauf geachtet werden, dass diese fußläufig voneinander entfernt sind. Bei größeren Hochschulstandorten kann sich der Volunteer Walk auf bestimmte Stadtteile konzentrieren.

Der Volunteer Walk wird über die gesamte Zeit von universitärer Seite und / oder der Mittlerorganisation begleitet, um die Studierenden zu unterstützen und auftretende Fragen direkt zu klären. Vor Ort werden die Teilnehmenden jeweils durch Vertreter\*innen der Organisation begrüßt, es folgt eine Kurzvorstellung der Einrichtung und der Engagementmöglichkeiten. Zudem können Fragen der Teilnehmenden direkt beantwortet werden. In den meisten Organisationen besteht die Möglichkeit eines kurzen Rundganges durch die Einrichtung. Für Vor-Ort-Besuche der Engagementorte empfehlen wir, die Größe der Gruppen in Absprache mit den Organisationen und im Hinblick auf die räumlichen Kapazitäten zu begrenzen, zum Beispiel auf 15 Personen.

### • • Digitaler Volunteer Walk

Der Volunteer Walk kann auch als digitale Veranstaltung durchgeführt werden, beispielsweise mithilfe eines Videokonferenztools. Die Videokonferenz wird hierbei von universitärer Seite und / oder der Mittlerorganisation moderiert und begleitet. Um die Verortung der beteiligten Organisationen in der Stadt aufzuzeigen, kann man kreativ mit eingblendeten Stadtplänen oder Google Maps arbeiten. Die Organisationen werden nacheinander als Teilnehmer\*innen zur Videokonferenz eingeladen, um ihre Organisation und dortige Engagementmöglichkeiten vorzustellen (zum Beispiel mithilfe einer Präsentation, Bildern oder Videos) und Fragen der Studierenden zu beantworten. Da die Aufmerksamkeitsspanne digital meist kürzer ist als in Präsenz, sollten die Beiträge der Organisation jeweils kurzgehalten werden.

Die digitalen Materialien und gegebenenfalls die Aufzeichnungen des Volunteer Walks können als Videomaterialien (👉 S. 67) im Nachgang online gestellt werden.

### • • Engagementrallye mittels App

Mittels Apps (beispielsweise die App „Actionbound“) lassen sich Engagementrallyes konzipieren, die jederzeit für Interessierte verfügbar sind. Benötigt wird hierfür lediglich ein GPS-fähiges Smartphone. An verschiedenen Orten der Stadt erhalten die Nutzer\*innen Informationen über die dortigen Organisationen, Vereine und Initiativen und erfahren, wie man sich dort einbringen kann. Durch das Hinzufügen von spannenden Quizaufgaben wird die Rallye für die Nutzer\*innen interessanter. Zur Konzipierung der Rallye werden Organisationen im jeweiligen Stadtgebiet angesprochen und um Informationen gebeten. Man sollte beachten, dass eine Route nicht länger als zwei Stunden dauern und alles fußläufig erreichbar sein sollte. Je nach Größe der Stadt empfiehlt es sich, einzelne Routen für Stadtviertel oder bestimmte Themenfelder zu entwickeln. Für die Zielgruppe der Studierenden kann der Rundgang auch über den Campus der Hochschule führen und zeigen, wie gesellschaftliches Engagement an der Uni möglich ist. Der Rundgang mittels App kann auch als gemeinsamer Volunteer Walk mit Vertreter\*innen der Mittlerorganisation, der teilnehmenden Organisationen, Interessierten und Engagierten durchgeführt und so in ein Veranstaltungsformat integriert werden.

### 👉 Best Practice: Stadtteilrallye in Duisburg-Essen

Für Informations- und Werbezwecke eignen sich unter anderem auch die jeweiligen Websites (siehe hierzu auch 🔄 Social Media & Website, 👉 S. 65).

## BEWERBUNG

Wir empfehlen, den Volunteer Walk mit einer gewissen Vorlaufzeit über diverse Kanäle zu bewerben, beispielsweise über die 🔄 direkte Ansprache (👉 S. 58) und die Verbreitung von 🔄 Informationsmaterialien (👉 S. 56) über 🔄 Social Media & Websites (👉 S. 65) sowie 🔄 interne digitale Plattformen (👉 S. 71).

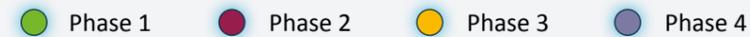
Bei einem analogen Volunteer Walk ist es im Hinblick auf eine bessere Planbarkeit sinnvoll, um eine vorherige Anmeldung der Teilnehmenden zu bitten.

## HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Entsprechend der Zielgruppe können auch Engagementmöglichkeiten innerhalb der Hochschule besucht werden, beispielsweise Hochschulgruppen, Initiativen oder Gremien.
- Stellt eine größere Gruppe die beteiligten Organisationen vor organisatorische oder räumliche Probleme, sind eine Teilung der Studierendengruppe und die parallele Besichtigung der Engagementorte denkbar, jedoch mit entsprechendem Mehraufwand verbunden.
- Volunteer Walks eignen sich zudem, um sie mit anderen Zielgruppen (beispielsweise Menschen mit Behinderungen, ältere Mitbürger\*innen oder andere interessierte Personen) zu verbinden.
- Ein Volunteer Walk bietet sich an, den Spaziergang gemeinsam ausklingen zu lassen. Das könnte ein Startpunkt für einen Stammtisch sein (siehe hierzu auch 🔄 Begegnungsformate, 👉 S. 61).

## DIALOGVERANSTALTUNGEN ZUM ENGAGEMENT

### EINSETZBAR IN



### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Als Dialogveranstaltungen bezeichnet man Veranstaltungsformate, in denen Studierende im Sinne eines Peer-to-Peer-Ansatzes die Möglichkeit haben, sich zu dem Thema Engagement auszutauschen. Das Format kann dabei sowohl zur Vermittlung von Informationen und Engagementserfahrungen von bereits Engagierten für noch nicht engagierte Studierende eingesetzt werden als auch zum Austausch von bereits engagierten Studierenden untereinander.

Je nach Ausgestaltung erhalten die Studierenden hierdurch:

- eine zielgruppenspezifische Vermittlung von Informationen über Engagement am Studienort
- die Möglichkeit, Engagementtorte durch persönliche Erfahrungsberichte anderer internationaler Studierender kennenzulernen
- Austauschmöglichkeiten zu persönlich erlebten Hürden (etwa beim Zugang zum Engagement und im Engagementalltag) und zum Umgang mit diesen

Dialogveranstaltungen eignen sich zudem zur generellen Vernetzung der Studierenden, zur Wertschätzung ihres Engagements und zum Aufrechterhalten des Kontakts.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Je nach Ziel der Dialogveranstaltung eignen sich unterschiedliche Formate. Im Sinne des offenen Peer-to-Peer-Ansatzes sollte stets für ein entspanntes Umfeld gesorgt werden. Bei Präsenzformaten bietet sich beispielsweise die Kombination mit einem gemeinsamen Essen / Buffet für den informellen Austausch an.

### BEISPIELE

#### • • Dialogveranstaltung zur Gewinnung neuer Engagierter

Diese Variante wird als Begegnungsveranstaltung von bereits engagierten Studierenden mit noch nicht engagierten Studierenden organisiert. Die Veranstaltung besteht aus zwei Teilen: Zunächst erfolgt ein informativer Input durch die Organisator\*innen sowie die engagierten Studierenden, anschließend bleibt Zeit für den persönlichen Austausch. Zu Beginn der Veranstaltung empfiehlt sich, zu erläutern, was unter „Engagement“ zu verstehen ist sowie die Vorstellung



Dialogveranstaltung in Halle (Saale) © Freiwilligen-Agentur Halle

potenzieller Engagementmöglichkeiten in der Region und der Hinweis auf Angebote wie die Engagementberatung (👉 S. 85). Um zusätzliche Informationen bereitzustellen, können zudem Vertreter\*innen von Organisationen und Bereichen eingeladen werden, die ebenfalls mit (internationalen) Studierenden zusammenarbeiten, beispielsweise das International Office oder der Career Service.

Anschließend folgen kurze Erfahrungsberichte einiger bereits engagierter Studierender und es gibt die Möglichkeit, Nachfragen zu stellen. Bei der Auswahl der Studierenden, die einen Einblick in ihr Engagement geben, empfiehlt sich die Wahl unterschiedlicher Engagementtorte und Erfahrungen. Im zweiten Teil des Abends sollte genügend Zeit für informellen Austausch und Gespräche bleiben.

Die Durchführung der Dialogveranstaltung zur Gewinnung neuer Engagierter empfiehlt sich jeweils kurz nach Semesterbeginn und somit mindestens zweimal im Jahr, gegebenenfalls auch vierteljährlich.

#### • • Digitale Dialogveranstaltung

Auch eine digitale Dialogveranstaltung mithilfe eines Videokonferenztools ist möglich. Hierbei empfiehlt sich, einen Erfahrungsbericht einer\*eines ausgewählten Studierenden in den Fokus zu stellen, die\*der über die eigene Engagementserfahrung berichtet. Am Engagement interessierte Studierende sind eingeladen, sich in den Videokonferenzraum zuzuschalten und sich aktiv zu beteiligen. Ein\*e Vertreter\*in der Hochschule und / oder der Mittlerorganisation fungiert dabei als Moderator\*in.

Auf Grundlage einiger Leitfragen berichtet der\*die Studierende circa 15 Minuten über die persönlichen Engagementserfahrungen. Interessante Aspekte sind insbesondere:

- wie die Person in ihr Engagement gekommen ist
- welche Hürden sie erlebt hat
- was ihr an ihrem Engagement wichtig ist und was sie gelernt hat

Anschließend bleibt Zeit für Fragen und Austausch. Die Veranstaltung sollte nicht länger als eine Stunde dauern. Veranstaltungen am frühen Abend zeigten sich als besser besucht.

#### • • Austauschtreffen für engagierte Studierende

Im Laufe ihres Engagements werden die meisten Studierenden viele positive und gewinnbringende Erfahrungen machen, jedoch auch auf schwierige Situationen und Hürden treffen. Die Studierenden mit diesen Erfahrungen nicht allein zu lassen und Raum für Reflexion zu bieten, ist ein wichtiger Bestandteil der Begleitung des Engagements.

Die Austauschtreffen für bereits engagierte Studierende sollen einen geschützten Raum für Erfahrungsberichte, Reflexion und informellen Austausch bieten, in dem die erlebten Herausforderungen und Hürden des Engagements mit Gleichgesinnten besprochen werden können. Auch positive Erlebnisse und Gelerntes lassen sich miteinander teilen. Die Veranstaltung sollte vonseiten der Hochschule oder Mittlerorganisation professionell begleitet werden.

Weitere Möglichkeiten der Begleitung der Studierenden bieten die → Reflexions- & Feedbackgespräche (👉 S. 93).

### BEWERBUNG

Die Dialogveranstaltungen sollten mit einer gewissen Vorlaufzeit über diverse Kanäle beworben werden, beispielsweise über die → direkte Ansprache (👉 S. 58) und die Verbreitung von → Informationsmaterialien (👉 S. 56) über → Social Media & Websites (👉 S. 65) sowie → interne digitale Plattformen (👉 S. 71).

Eventuell ist die Vorgabe einer vorherigen Anmeldung zur Veranstaltung sinnvoll. In der Bewerbung und bei der Anmeldung zur → Dialogveranstaltung (👉 S. 82) kann zudem explizit darauf hingewiesen werden, dass auch Freund\*innen und Kommiliton\*innen mitgebracht werden können.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Eine regelmäßig durch die Mittlerorganisation organisierte „Gesprächsrunde für Engagierte“ bietet engagierten Studierenden die Möglichkeit, sich auch mit Freiwilligen aus anderen Gruppen der Gesellschaft und Einsatzorten zu vernetzen und auszutauschen.

## ENGAGEMENTBERATUNG

### EINSETZBAR IN

Phase 1  Phase 2  Phase 3  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

In der Engagementberatung werden den Studierenden in einem persönlichen Beratungsgespräch Informationen zu Engagement und Engagementmöglichkeiten am Studienort vermittelt und gemeinsam passende Einsatzstellen herausgearbeitet.

Hierdurch erhalten die Studierenden:

- Unterstützung bei der Erarbeitung persönlicher Motivation, Fähigkeiten, Präferenzen und Zeitkapazitäten in Bezug auf ein Engagement
- eine individuelle Beratung zur Vielfalt der Engagementmöglichkeiten am Studienort und konkrete Vorschläge für passende Einsatzorte
- Hilfestellung bei der Kontaktaufnahme und bei Bedarf Begleitung zum Erstgespräch bei der Einsatzstelle

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Die Engagementberatung erfolgt in der Regel durch Mitarbeiter\*innen der jeweiligen Mittlerorganisation in einem persönlichen Einzelgespräch oder einer Zweierberatung. Für die Zielgruppe der Studierenden ist ein zwei- oder mehrsprachiges (mindestens auf Deutsch und Englisch) Beratungsangebot sinnvoll. Das zweisprachige Beratungsangebot sollte proaktiv kommuniziert werden, um auch Studierende mit sprachlichen Unsicherheiten im Deutschen zur Beratung zu motivieren.

Neben einer Grundinformation zum Engagement geht es in der individuellen Engagementberatung zunächst um die Klärung von:

- Motivation, Vorstellungen und Erwartungen an ein Engagement
- vorhandenen Fähigkeiten und Kompetenzen
- zeitlichen Ressourcen
- möglichen Themenfeldern des Engagements
- Vorerfahrungen

Anhand dieser Informationen wählen die Berater\*innen passende Projekte für ein Engagement aus einem → Engagementkatalog (👉 S. 76) aus. Im Hinblick auf die Zielgruppe sollten dabei auch Aspekte wie die (interkulturelle) Offenheit des Engagementortes berücksichtigt werden. Im

nächsten Schritt wird die Auswahl der Engagementmöglichkeiten mit den Studierenden besprochen und ihnen im Nachgang per E-Mail zugesendet oder per Ausdruck zur Verfügung gestellt.

Mit einem gewissen zeitlichen Abstand zur Engagementberatung erfolgt eine erneute Kontaktaufnahme, um die Studierenden bezüglich ihrer Entscheidung zu befragen und gegebenenfalls bei den weiteren Schritten zu unterstützen. Auf Wunsch der Studierenden ist eine Begleitung zum Erstgespräch bei der Organisation möglich. Die Mittlerorganisation sollte dabei jedoch eine passive Rolle einnehmen. Alternativ kann man das Gespräch mit den Studierenden inhaltlich vorbereiten. Während des Erstgesprächs sollten Zeitressourcen, Aufgaben und die jeweiligen Erwartungen besprochen sowie beispielsweise Versicherungsfragen geklärt werden.

Eine (erneute) Engagementberatung ist ebenfalls nach erfolgreichem Abschluss eines (zum Beispiel zeitlich begrenzten) Engagements sinnvoll sowie dann, wenn die engagierten Studierenden den Wunsch haben, in ein anderes Engagement zu wechseln. In beiden Fällen bietet sich als erster Schritt eine Analyse der bisherigen Engagementerfahrungen an, um (neue) Kriterien für das nächste Engagement zu erarbeiten. Insbesondere beim Wunsch, das Engagement zu wechseln oder vorzeitig zu beenden, sollte geklärt werden, weshalb es dazu gekommen ist, beispielsweise aufgrund schlechter Erfahrungen beim bisherigen Engagementort oder veränderter zeitlicher Ressourcen oder Interessen.

## BEISPIELE

### • • Engagementberatung auf dem Campus

Im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Zielgruppe empfiehlt sich das Angebot einer regelmäßigen Engagementberatung zentral auf dem Hochschulcampus. Hierdurch werden Hürden abgebaut und es wird für die Studierenden leichter, das Angebot wahrzunehmen. Besonders effektiv ist es, wenn die Beratung durch Mitarbeiter\*innen der Mittlerorganisation erfolgen kann.

Durch ein offenes Beratungsangebot zentral auf dem Campus wird zudem „Laufkundschaft“ erreicht – also Studierende, die eher zufällig von dem Angebot erfahren und Interesse an einer spontanen und unverbindlichen Erstberatung haben. Hierbei hilft unter anderem eine offene Tür mit einem Kundenstopper auf hoch frequentierten Laufwegen innerhalb der Hochschule. Besonders häufig kam es zu dieser Beratungsform in den Pausen zwischen zwei Lehrveranstaltungen. In diesem Fall kann sich die Beratung in der Umsetzung unterscheiden. In einem lockeren Gespräch werden durch die beratende Person zunächst die Interessen und Wünsche notiert. Konkrete Angebote werden erst in der Nachbereitung per Mail an die Studierenden verschickt. So kann man das Gespräch an die Zeiten der Vorlesungspausen anpassen. Eine Folgeberatung wird immer am Ende angeboten.

Falls das Beratungsangebot auf dem Campus (zunächst) von Vertreter\*innen der Hochschule übernommen wird, empfiehlt sich eine enge Zusammenarbeit mit der Mittlerorganisation. Als ersten Schritt kann man die Engagementberatung beispielsweise in anderen Beratungssettings (wie etwa im International Office) mit aufnehmen. Die Studierenden können so über die Vorteile und Möglichkeiten eines Engagements informiert werden und für die konkrete Vermittlung in ein Engagement einen Termin bei der Mittlerorganisation vereinbaren. Für einen ersten Überblick kann beispielsweise ein vorhandener Engagementkatalog (☞ S. 76) genutzt werden.

### • • Engagementberatung per Telefon oder Videokonferenz

Vor dem Hintergrund der Coronabedingungen hat sich das Angebot einer Engagementberatung per Telefon oder Videokonferenz gegenüber der Zielgruppe der Studierenden bewährt. In der Praxis zeigte sich, dass sich insbesondere eine Videokonferenz gut eignet. Dadurch ist eine Beratung niedrigschwellig möglich: Interessierte haben keinen Anfahrtsweg und in Zeiten einer Pandemie kann der persönliche Kontakt vermieden werden. Die Zielgruppe nimmt das digitale Angebot erfahrungsgemäß gut an und fordert es teilweise sogar ein. Ein digitales Beratungsangebot lässt sich auch in eine (interne) digitale Plattform (☞ S. 71) wie einen Discord-Server einbinden. Über den Server sind Informationen und geteilte Links stetig abrufbar, wodurch auch im Nachgang eines Gespräches darauf zugegriffen werden kann.



Eine telefonische und digitale Beratung kann auch ein niedrigschwelliges Folgeangebot im Rahmen einer Registrierung von Interessierten über die Website der Mittlerorganisation sein, sofern vorhanden. Im Anschluss an die Registrierung werden die Studierenden für eine Terminvereinbarung kontaktiert und die ersten Grundinformationen zur Person und zum gewünschten Engagementfeld geklärt.

## BEWERBUNG

Die Werbung läuft über verschiedene Kanäle: die direkte Ansprache (☞ S. 58), Social Media & Websites (☞ S. 65) und interne digitale Plattformen (☞ S. 71).

Besonders zum Semesterstart empfiehlt sich eine verstärkte Bewerbung, um neue Studierende auf das Angebot aufmerksam zu machen, zum Beispiel über Poster an stark frequentierten Orten auf dem Campus (Mensa, Flure, Bibliothek, Studierendenwohnheime, AStA, Beratungsstellen der Hochschule), den Newsletter der Hochschule oder das Campusradio. Auch weitere Institutionen der Hochschule wie der Career Service, das Studierendenwerk, Hochschulgruppen oder Fachschaftsräte können in die Bewerbung miteinbezogen werden – zum Beispiel, indem man deren Mailverteiler nutzt.

## SCHULUNGSANGEBOTE FÜR ENGAGIERTE

### EINSETZBAR IN

- Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

In vielen Organisationen setzt ein erfolgreiches Engagement spezielle Qualifikationen, konkretes Wissen oder Fähigkeiten der Freiwilligen voraus, damit diese sich handlungssicher und nachhaltig einbringen können.

Schulungsangebote und Fortbildungen dienen einerseits dazu, die Engagierten mit spezifischem, für das Engagement notwendigem inhaltlichen Wissen auszustatten. Andererseits können engagementbezogene Schlüsselqualifikationen vermittelt werden. Für viele Engagierte stellen Schulungsangebote auch eine Anerkennung für ihr Engagement dar und gehören zu guten Rahmenbedingungen des Engagements.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Organisationen, die bereits lange mit Freiwilligen zusammenarbeiten und ein eigenes Freiwilligenmanagement entwickelt haben, organisieren häufig eigene Schulungs- und Fortbildungsangebote für ihre Engagierten. Im Bereich engagementbezogener Schlüsselqualifikationen gehören dazu beispielsweise Themen wie:

- Zeit- und Selbstmanagement
- Selbstfürsorge und Resilienz im Engagement
- Kommunikation und Konfliktbearbeitung
- Projektmanagement
- Öffentlichkeitsarbeit

In einigen Tätigkeitsbereichen wird darüber hinaus Fach- und Verweisungswissen benötigt, vor allem in Themenfeldern, die sich regelmäßig weiterentwickeln (zum Beispiel in den Bereichen Migration und Integration, Klimawandel, Mobilität) oder auch in Bereichen, die einen besonders sensiblen Umgang mit Personen erfordern (zum Beispiel in der Telefonseelsorge). So ist es beispielsweise in einem Engagement im Bereich Migration und Integration häufig unerlässlich, einen Überblick über aktuelle asylrechtliche Fragestellungen oder im Bereich Umwelt- und Klimaschutz ein grundlegendes Verständnis von Folgen des Klimawandels und Möglichkeiten klimaresilienter Anpassungsmaßnahmen zu haben.



### BEISPIELE

#### • • Schulungsangebote in der Zivilgesellschaft

Größere Mittlerorganisationen organisieren häufig Einstiegsschulungen als Vorbereitung auf das Engagement oder begleitende Fort- und Weiterbildungen sowie Austauschtreffen. Sofern die Engagementorte keine eigenen Fortbildungs- und Schulungsangebote für Freiwillige organisieren, lohnt sich daher ein Blick auf die Angebote einer Mittlerorganisation vor Ort. Diese bieten häufig kostenlose Schulungsangebote für Engagierte zu übergreifenden Themen an – teilweise in Kooperation mit anderen Bildungsträgern vor Ort wie den Volkshochschulen oder anderen Anbietern.

#### • • Hochschuleigene Schulungs- und Kursangebote

An vielen Hochschulen gibt es ein breites Angebot nicht obligatorischer, öffentlicher Lehrveranstaltungen. Als offenes Kursangebot (zum Beispiel als Studium Generale, teilweise auch Allgemeine Schlüsselqualifikationen [ASQ] bezeichnet) werden hier themen-, disziplin- und fachbereichsübergreifende Kursangebote gebündelt, die es ermöglichen, Kenntnisse, Fertigkeiten und vor allem wichtige Schlüsselkompetenzen zu erlangen, die für ein erfolgreiches Studium, den Berufseinstieg oder für die persönliche Entwicklung von Nutzen sind. Häufig werden hier auch Kurse angeboten, die für Studierende in ihrem Engagement relevant sein können (zum Beispiel Erste-Hilfe-Kurse, Jura für Nichtjuristen, problemlösendes Denken und Prototyping, interkulturelle Kompetenz oder Nachhaltigkeit).

Hier lohnt ein gemeinsamer Blick der Kooperationspartner\*innen in diese Angebote und die Überlegung dazu, welche Kurse für das Engagement der Studierenden hilfreich sein können.

### BEWERBUNG

Da die Voraussetzungen für die verschiedenen Engagementbereiche sehr unterschiedlich sein können, sind eher individuelle Wege der Bewerbung notwendig. Oftmals können die Studierenden nur sehr individuell (in Abhängigkeit von ihrem Engagement) auf Angebote aufmerksam gemacht werden. Bei Organisationen, bei denen ein bestimmtes Vorwissen erforderlich ist, sind Einstiegsschulungen ohnehin Voraussetzung für den Beginn eines Engagements.

## SCHULUNGS- & VERNETZUNGSANGEBOTE FÜR EINSATZSTELLEN

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Für zivilgesellschaftliche Organisationen kann die Einbindung der Studierenden in ein freiwilliges Engagement sowohl eine fachliche Unterstützung ihrer Arbeit bieten als auch den Blick für transkulturelle Aspekte öffnen. Dadurch werden die Angebote vor allem für die vielfältiger werdenden Nutzer\*innen- beziehungsweise Klient\*innengruppen sprachlich und konzeptionell bereichert. Um diese Potenziale für die eigene Arbeit zu erschließen, aber auch mögliche Barrieren und Hindernisse zu erkennen und zu überwinden, haben sich Schulungs- und Vernetzungsangebote für potenzielle Einsatzorte des Engagements von Studierenden bewährt.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Je nach Bedarf und Zielstellung lassen sich unterschiedliche Workshopformate und Schwerpunkte entwickeln. Erfahrungsgemäß bietet es sich an, die Workshops möglichst interaktiv und an den Erfahrungen der Organisationen anknüpfend zu gestalten. Sie können auch mit begleitenden Beratungen und kollegialen Gesprächen zwischen den Organisationen kombiniert werden.

Inhaltlich werden idealerweise Themen aus den Bereichen transkulturelle Kompetenz oder Diversität mit Fragen des Freiwilligenmanagements verknüpft. Sofern für die Ausrichtung der Workshops keine ausreichenden inhaltlichen Kompetenzen im Haus vorhanden sind, bietet sich die Zusammenarbeit mit externen Referent\*innen an. Für das Thema Diversity kann man zum Beispiel Referent\*innen aus der Hochschule anfragen.

### BEISPIELE

#### • • Workshop zum diversitätsbewussten und diskriminierungssensiblen Freiwilligenmanagement in Organisationen

In einem solchen Tagesworkshop geht es darum, die Bedeutung von Diversität in der eigenen Organisation zu erkennen und die Vorteile von diversitätssensiblen Freiwilligenmanagement zu beleuchten. Diversitätssensibilität bedeutet, die sozialen Kategorien als Konstrukte zu entlarven, eigene Perspektiven und Grenzen zu kennen, Offenheit mitzubringen und solidarisch gegenüber Menschen mit anderen Hintergründen sowie aus anderen Kontexten zu sein. Diversität meint also Unterschiedlichkeit und gemachte Unterschiede. Bei Begriffen wie Diversität, Rassismus, Diskriminierung, Inklusion, Intersektionalität und Empowerment geht es um die Wahrnehmung

und Anerkennung der Menschen in ihrer Vielfalt und Individualität. In einem solchen Workshop für interessierte Einsatzstellen können zum einen diese Begriffe entwirrt werden, zum anderen kann er ganz praktisch dazu beitragen, Mehrfachzugehörigkeiten bewusst wahrzunehmen und gleichzeitig bestehende gesellschaftliche Diskriminierung zu erkennen und dieser entgegenzuwirken.

#### • • Workshop zu verschiedenen Kulturbegriffen und zur Entwicklung transkultureller Kompetenz

Der Begriff Kultur wird häufig benutzt, um Menschen aus einem anderen Land bestimmte Verhaltensweisen und Werte zuzuschreiben. Manchmal geht es bei der Frage der Kultur auch darum, wer oder was als fremd und wer als zugehörig wahrgenommen wird.

Der Workshop, der sich an Einsatzstellen richtet, bietet eine prägnante und kurzweilige Beleuchtung der verschiedenen Kulturbegriffe von Monokultur über Interkultur bis Transkultur. Es geht um Integration versus Inklusion oder Leitkultur versus Vielfalt. Der Streifzug durch die Theorie führt durch praktische Methoden des interkulturellen und transkulturellen Trainings. Der Workshop sollte aus Übungen mit Wort, Bild und Film und viel Kommunikation bestehen.

#### • • Workshopreihe zu interkulturellem Engagement und kollegialem Austausch

Eine Workshopreihe zum interkulturellen Engagement kann die Vorteile von Vielfalt im Engagement aufzeigen. Dabei geht es unter anderem darum, das Miteinander im Team zu beleuchten, mögliche Barrieren zu erkennen und über Veränderungen zu sprechen. Wie kann die eigene Organisation attraktiv für vielfältige Freiwillige werden? Wie können die individuellen Bedürfnisse und Erwartungen aller Freiwilligen berücksichtigt werden? Diese und andere Fragen werden in Form von kurzen Workshops erörtert, damit Freiwillige sich unabhängig von ihrer Herkunft oder Religion angesprochen fühlen und mitwirken.

Neben kurzen thematischen Inputs tauschen sich die Teilnehmenden mithilfe der Methode der kollegialen Beratung über ihre Erfahrungen aus, beraten und vernetzen sich und erhalten so neue Impulse für ihren Arbeitsalltag.



Workshop in Halle (Saale) © Freiwilligen-Agentur Halle

## BEWERBUNG

Für die Bewerbung der Angebote empfiehlt sich eine persönliche Ansprache und Einladung der zivilgesellschaftlichen Organisationen, mit denen bereits eine Zusammenarbeit stattfindet. Bereits erfahrene Organisationen kommen dabei ebenso als Teilnehmende in Betracht, weil sie häufig mit ihren eigenen Erfahrungen die Workshops bereichern, wie Organisationen ohne Vorerfahrungen.

Aber auch potenzielle Organisationen, die interessante Einsatzfelder für das Engagement internationaler Studierender bieten, können zu diesen Veranstaltungen eingeladen werden. Eine Bewerbung und Verbreitung der Workshops kann dann über den häufig sehr großen Organisationsverteiler der kooperierenden Mittlerorganisation erfolgen.

## HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Bei der Recherche nach externen Referent\*innen lohnt es sich, zunächst im eigenen Umfeld zu suchen. Freiwilligenagenturen, aber auch andere Bildungsträger vor Ort arbeiten häufiger für ähnliche Schulungsangebote mit externen Referent\*innen zusammen und können um eine Empfehlung gebeten werden. Außerdem lohnt es sich, nach Organisationen, Initiativen oder Unternehmen zu recherchieren, die sich mit dem jeweiligen Thema besonders gut auskennen.

## REFLEXIONS- & FEEDBACKGESPRÄCHE

### EINSETZBAR IN

Phase 1
  Phase 2
  Phase 3
  Phase 4

### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Das Engagement der Studierenden ist ein Prozess, der von Hochschulen und Praxispartner\*innen begleitet werden sollte. Währenddessen und am Ende sind deshalb Reflexions- und Feedbackgespräche ein für alle Beteiligten nützliches Mittel: Wie geht es den Studierenden in ihrem Engagement? Wo liegen Hürden und was funktioniert gut? Was kann beim nächsten Mal verbessert werden?

Hochschulen und zivilgesellschaftliche Organisationen können dadurch ihre eigenen Angebote langfristig verbessern. Für die Studierenden ist es außerdem hilfreich, um zu reflektieren, was sie während ihrer Zeit im Engagement gelernt und erreicht haben.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Es empfiehlt sich, Freiwillige regelmäßig anzusprechen und nachzufragen, ob sie gut im Engagement angekommen sind oder ob sich Hürden ergeben haben. Bei begrenzten personellen Ressourcen in Hochschule und Mittlerorganisation ist es ratsam, die Freiwilligen von Anfang an zur eigenständigen Kontaktaufnahme zu ermuntern und eine „Politik der offenen Tür“ zu vertreten.

### BEISPIELE

#### • • Zwischengespräche

Zwischengespräche können dabei helfen, Schwierigkeiten zu beheben, die sich aus einem konkreten Anlass ergeben. Oftmals ist mangelnde Kommunikation oder ein interkulturelles Missverständnis der Auslöser für Frustration auf einer oder beiden Seiten. Das kann durch ein offenes Gespräch mit allen Beteiligten – in der Regel mit den Engagierten, der Mittlerorganisation und dem Engagementort – geklärt werden. Hierbei können folgende Fragen im Fokus stehen: Was wurde schon unternommen, um das Problem zu lösen? Was nehmen sich alle Beteiligten vor, um das Engagement (anders) zu gestalten? Welche konkreten Wünsche gibt es? In der Regel können Missverständnisse somit schnell geklärt werden.

#### • • Abschlussgespräche

Nach dem Abschluss eines Engagements, zum Beispiel nach einem oder zwei Semestern, bietet es sich an, ein Feedbackgespräch durchzuführen. Die Mittlerorganisation kann dafür einen

Leitfaden anlegen, den sie selbst oder der Einsatzort zur Orientierung während des Gesprächs nutzen kann. Dieser muss nicht vollständig abgearbeitet werden, hilft aber dabei, Erkenntnisse zu gewinnen und festzuhalten. Das Gespräch kann dabei in die Zeit vor, während und nach dem Engagement gegliedert werden. Dabei wird nach Erwartungen an das Engagement zu Beginn gefragt und überprüft, ob sich diese Erwartungen erfüllt haben oder ob es Überraschungen oder andere Erkenntnisse gab. Möglicherweise hat sich das Ziel des\*der Studierenden von Anfang bis zum Ende gewandelt. Fragen nach dem Erreichten und den persönlichen Stolpersteinen können dabei helfen, das Angebot zukünftig passender für die Zielgruppe zu gestalten und potenzielle Schwierigkeiten vorauszusehen. Dabei hilft auch die konkrete Frage nach Empfehlungen für zukünftige Engagierte, die die Studierenden möglicherweise selbst weitergeben wollen. Eventuell können schöne O-Töne aus dem Gespräch als Zitate für die Öffentlichkeitsarbeit der Mittlerorganisation oder des Engagementortes genutzt werden.

#### • • Reflexion in Service-Learning-Seminaren

Über die Einbettung des Engagements in die Lehre (→ curriculare Verankerung, 📖 S. 100) lassen sich im Verlauf eines Semesters regelmäßige Coaching- und Beratungstermine anbieten. Bei auftretenden Fragen haben die Studierenden so durch den Kontakt zur Seminarleitung die Möglichkeit, schon vor Beginn des Engagements Unklarheiten und Fragen zu klären. Nach der Aufnahme des Engagements können durch im Seminar angebotene Coaching-Sessions weitere Reflexionsgespräche durchgeführt werden. Die Studierenden werden hier zur eigenständigen Reflexion ihrer Erfahrungen befähigt. Diese Coaching- und Reflexionseinheiten können den Studierenden helfen, ihre Lernerfolge zu erkennen und diese für ihr Privatleben, ihr Studium und ihr späteres Berufsleben nutzbar zu machen.

#### • • Feedbackgespräche in der Gruppe

Regelmäßige Gemeinschaftsabende, bei denen engagierte Studierende mit Vertreter\*innen von Mittlerorganisationen, Hochschulen und Engagementorten zusammenkommen, fördern den Austausch und die Vernetzung aller Beteiligten untereinander. Für die Studierenden kann dieser Abend auch eine Möglichkeit sein, mit Mittlerorganisationen und ihrem Engagementort ins Gespräch zu kommen und direktes Feedback zu geben. Bei diesem Anlass kann man aber auch ein Reflexionsgespräch in der Gruppe anbieten. Dabei können Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Engagements herausgearbeitet und gemeinsame Lösungsvorschläge von den Studierenden für mögliche Probleme diskutiert werden. Zu beachten ist aber, dass sich zurückhaltende Studierende eventuell weniger an diesem Gespräch beteiligen, als sie es in einem individuellen Setting tun würden.

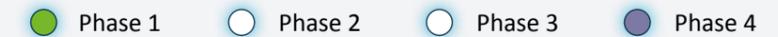
Auch → Dialogveranstaltungen (📖 S. 82) in Form von Austauschtreffen für engagierte Studierende können ein geeigneter und geschützter Rahmen sein, um sich zu Erfahrungen ohne die Anwesenheit der Engagementorte in einem Peer-to-Peer-Ansatz auszutauschen und zu reflektieren.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

Generell sind persönliche Gesprächssettings für Reflexions- und Feedbackgespräche besser geeignet. Insbesondere Feedbackgespräche in der Gruppe können jedoch auch digital durchgeführt werden, zum Beispiel über einen Discord-Server (→ interne digitale Plattformen, 📖 S. 71).

## ENGAGEMENTNACHWEIS

### EINSETZBAR IN



### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Ein Engagementnachweis bescheinigt den Studierenden ihr Engagement, in manchen Fällen auch die im Rahmen des Engagements erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse (Kompetenznachweis). Darüber hinaus kann der Nachweis über erbrachtes Engagement auch ein Baustein eines umfassenderen Zertifikats darstellen.

Engagement- und Kompetenznachweise sind für die Studierenden auf vielfältige Weise relevant, beispielsweise für die Anerkennung des Engagements bei der Hochschule oder auch im Hinblick auf den Lebenslauf und berufliche Chancen in der Zukunft. Sie können deshalb ein motivierender Faktor sein, mit einem Engagement zu beginnen, und sind eine sinnvolle Form der Anerkennung des Engagements der Studierenden.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Ein Nachweis kann sehr einfach von der gemeinnützigen Organisation erstellt werden, bei der sich der\*die Studierende engagiert hat. Darüber hinaus gibt es jedoch weitere Möglichkeiten. Im Folgenden werden einige konkrete Beispiele genannt.



Engagementberatung in Halle (Saale) © Sarah Kairies, Freiwilligen-Agentur Halle

## BEISPIELE

- • **Engagementzertifikat des Instituts / Bereichs an der Hochschule**

Findet das Engagement im Rahmen eines Service-Learning-Seminars statt (→ curriculare Verankerung, 📄 S. 100), kann es durch die durchführende Institution oder den (Fach-)Bereich zertifiziert und anerkannt werden. Die Studierenden erhalten nach erfolgreichem Abschluss des Seminars ein Zertifikat, welches die erfolgreiche Teilnahme bescheinigt und das Engagement im jeweiligen Engagementprojekt würdigt.

- • **Zertifikat für internationale Kompetenz der Hochschule**

Einige Hochschulen bieten Zertifikate für internationale Kompetenz (oder für vergleichbare Kompetenzen) an, die meist aus mehreren Bausteinen bestehen. Neben Sprachkompetenz oder Auslandserfahrungen der Studierenden kann hierfür an manchen Hochschulen ein Engagement mit einem interkulturellen oder internationalen Bezug anerkannt werden. Dies kann beispielsweise dann möglich sein, wenn das entsprechende Engagement an ein Service-Learning-Seminar gekoppelt ist. Die Voraussetzungen zur Anerkennung des Engagements sollten vorab mit der entsprechenden Kontaktperson des Zertifikats ausgelotet werden.

📄 Best Practice: **Zertifikat für internationale Kompetenz in Duisburg-Essen**

- • **Landesspezifischer Nachweis**

In einigen Bundesländern können Organisationen, Verbände oder Vereine für ihre Engagierten landesspezifische Engagement- und / oder Kompetenznachweise ausstellen. Die Anforderungen hierfür sind unterschiedlich. In Nordrhein-Westfalen wird für den Engagementnachweis beispielsweise kein bestimmter zeitlicher Umfang der Tätigkeit vorausgesetzt. Dagegen muss man sich für den Erhalt des Kompetenznachweises in Hessen im Jahr mindestens 80 Stunden freiwillig engagiert haben. Hier lohnt sich die Recherche, ob im eigenen Bundesland ein solcher Nachweis existiert und welche Voraussetzungen dafür bestehen.

## BEWERBUNG

Da vielen Studierenden die Möglichkeit eines Engagementnachweises oft nicht bekannt ist, empfiehlt es sich, darüber regelmäßig über die gängigen Kanäle (→ Social Media & Website [📄 S. 65] und → interne digitale Plattformen [📄 S. 71]) zu informieren.

An dieser Stelle bietet sich zudem eine enge Kooperation mit dem Career Service und weiteren Beratungsstellen der Hochschule (zum Beispiel mit dem Studierendenwerk) an, sodass dort Studierende über diese Möglichkeit informiert werden können.

## SEMESTERABSCHLUSSVERANSTALTUNG

## EINSETZBAR IN

Phase 1  Phase 2  Phase 3  Phase 4

## KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Durch das Engagement der Studierenden wird ein sichtbarer Beitrag zur Unterstützung gemeinnütziger Organisationen und öffentlicher Einrichtungen sowie zur Internationalisierung der Gesellschaft geleistet. Eine feierliche Semesterabschlussveranstaltung bietet die Gelegenheit, das Engagement öffentlich sichtbar zu machen und die Studierenden am Ende eines Semesters zu würdigen.

Zusätzlich bedeutet eine solche Veranstaltung für die Studierenden:

- die Möglichkeit der Reflexion von Engagementerfahrungen
- die Möglichkeit, andere Einsatzorte und Engagements kennenzulernen
- die Möglichkeit des Kennenlernens und der Vernetzung mit anderen Studierenden
- die Möglichkeit des Kennenlernens und der Vernetzung mit anderen Organisationen sowie mit Politik, Verwaltung, Unternehmen und Wissenschaft

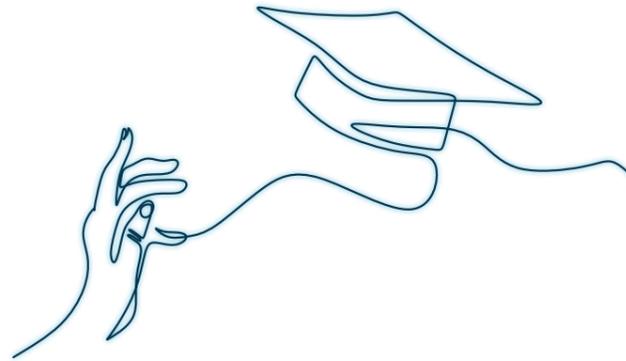
Vertreter\*innen der Engagementorte erhalten außerdem die Chance, sich persönlich bei den Studierenden zu bedanken.

## MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

Bei der Planung und Organisation sollte zunächst überlegt werden, welcher bekannte und repräsentative Ort sich für eine feierliche Semesterabschlussveranstaltung besonders eignet. Infrage kommen dafür neben hochschuleigenen Veranstaltungsräumen öffentliche Gebäude der Stadt (zum Beispiel das Rathaus) oder repräsentative Räumlichkeiten von engagierten lokalen Unternehmen oder anderen Unterstützer\*innen und Förder\*innen. Insbesondere Veranstaltungen in außeruniversitären Räumen sind für die Studierenden eine besondere Erfahrung und stellen eine stärkere Wertschätzung dar.

Darüber hinaus sollte man frühzeitig überlegen, welche Gäste zur Veranstaltung eingeladen werden könnten. Neben den engagierten Studierenden und Vertreter\*innen der Einsatzorganisationen können dazu vor allem Hochschulvertreter\*innen, Vertreter\*innen der Stadt sowie weitere Gäste aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Medienvertreter\*innen gezählt werden, von denen ein Interesse am Thema angenommen werden kann oder die man besonders für das Engagement der Studierenden sensibilisieren möchte.

Um den verschiedenen Zielen einer feierlichen Semesterabschlussveranstaltung Rechnung zu tragen, bieten sich zwei Teile an: ein erster formellerer Teil mit Gruß- und Dankesworten, einem Semesterrückblick und der Präsentation der Engagementergebnisse sowie ein zweiter informellerer Teil für Gespräche, Kennenlernen und Vernetzung bei Getränken, Snacks und eventuell musikalischer Untermalung.



## BEISPIELE

### • • Präsenzveranstaltung

Eine feierliche Semesterabschlussveranstaltung beginnt in der Regel mit einer Begrüßung durch Vertreter\*innen der inner- und außeruniversitären Kooperationspartner, die die Leistungen der Studierenden hervorheben und würdigen. Im Anschluss daran empfiehlt sich ein Rückblick auf das Semester mit einer Vorstellung der Engagements durch die Projektverantwortlichen. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung könnte die Präsentation von zwei bis drei ausgewählten Engagementprojekten durch die Studierenden selbst sein, woran sich die Vertreter\*innen der jeweiligen Engagementorte beteiligen. Zum Abschluss des formelleren Teils erhalten die Studierenden ihre Engagementzertifikate und eventuell noch eine kleine Aufmerksamkeit.

Für die weitere Öffentlichkeitsarbeit empfiehlt sich dann ein Gruppenfoto mit allen Gästen.

Der zweite Teil der Veranstaltung dient der Vernetzung, bei der insbesondere die Gäste aus Politik, Verwaltung, Unternehmen und auch Medienvertreter\*innen mit den Studierenden, Projektverantwortlichen und Einsatzstellenvertreter\*innen ins Gespräch kommen können.

### • • Digitale Semesterabschlussveranstaltung

Eine Präsenzveranstaltung hat zahlreiche Vorteile sowohl im formellen als auch informellen Bereich. Sollte aufgrund besonderer Umstände, zum Beispiel während der Pandemie, eine analoge Veranstaltung nicht möglich sein, kann die Veranstaltung auch als Online- oder Hybridveranstaltung durchgeführt werden, beispielsweise mithilfe eines Videokonferenztools. Inzwischen bieten zahlreiche Videokonferenztools attraktive technische Möglichkeiten für die Gestaltung solcher Veranstaltungsformate (inklusive Einblendung von Präsentationen oder Videoclips) und auch für die Vernetzung gibt es verschiedene kreative digitale Tools.

## BEWERBUNG

Für eine feierliche Semesterabschlussveranstaltung empfiehlt sich eine persönliche Einladung der Gäste, bei der auch das Programm mitversendet wird. Da es sich in der Regel um geschlossene Veranstaltungen handelt, entfällt eine öffentliche Bewerbung, zum Beispiel über Social-Media-Kanäle. Diese können jedoch für einen Bericht über die Veranstaltung genutzt werden.

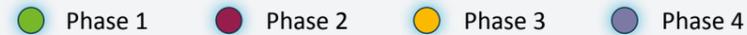
Mit der Einladung wird im Hinblick auf eine bessere Planbarkeit um eine vorherige Anmeldung der Teilnehmenden gebeten.

## HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Eine gezielte Einladung von Pressevertreter\*innen erzeugt eine öffentliche Berichterstattung und größere Aufmerksamkeit.
- Poster mit Einblicken in die Engagementprojekte der Studierenden können für einen „Gallery Walk“ im zweiten Teil der Veranstaltung genutzt werden.
- Methoden zur Vernetzung, wie zum Beispiel „Speed Datings“, können Studierende und Gäste schneller für Gespräche zusammenbringen.
- Um den ersten Teil interaktiver zu gestalten, empfiehlt sich eine Fragerunde nach den einzelnen Präsentationen der Studierenden.

## CURRICULARE VERANKERUNG

### EINSETZBAR IN



### KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die curriculare Verankerung bezeichnet die Einbindung und Anerkennung von Engagement im Rahmen der Lehre der Hochschule sowie gegebenenfalls der Vergabe von Leistungspunkten (ECTS). Bei der direkten Verknüpfung des Engagements mit den Lehrinhalten und Reflexionseinheiten handelt es sich dabei um Service Learning.

Die curriculare Verankerung kann ein wichtiger Faktor beim Zugang der Studierenden zum Engagement sowie eine für die Zielgruppe ausschlaggebende Form der Anerkennung für ihren Einsatz sein. Für viele Studierende ist es aus zeitlichen Gründen nicht möglich, sich zusätzlich zu engagieren. Die Verknüpfung des Engagements mit dem Studium bietet hierfür einen guten Lösungsweg.

### MÖGLICHKEITEN DER UMSETZUNG

In manchen Hochschulkontexten ist Engagement bereits Bestandteil des Curriculums oder kann sinnvoll integriert werden. Hier lohnt es sich, bestehende Möglichkeiten zu erkennen und / oder mit passenden (Fach-)Bereichen in den Austausch zu treten.

Ein zweisprachiges Angebot der entsprechenden Seminare auf Deutsch und Englisch ermöglicht die Teilnahme auch für Studierende mit wenigen Deutschkenntnissen, beispielsweise in englischsprachigen Studiengängen.

### BEISPIELE

#### • • Fächerübergreifende Service-Learning-Seminare

Fächerübergreifende Service-Learning-Angebote können vor allem im Ergänzungsbereich (zum Beispiel im Bereich der Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen) oder im Studium Generale verankert werden. Über entsprechende Module werden Studierende angeleitet, an ein Engagement herangeführt und erhalten im Verlauf des Semesters weitere Begleitung. Eine abschließende Reflexionsleistung (zum Beispiel in Form eines Abschlussberichtes) verhilft den Studierenden dazu, sich die erworbenen Kompetenzen bewusst und für Alltag, Studium und Beruf nutzbar zu machen. Für den erfolgreichen Abschluss des Seminars erhalten die Studierenden ECTS-Punkte. Eine solche Lehrveranstaltung ist als Begleitseminar zum individuellen Engagement konzipiert und kann sowohl neues Engagement initiieren als auch bestehendes Engagement anerkennen.

Für die Teilnahme gibt es somit mehrere Möglichkeiten:

- Die Studierenden üben bereits ein Engagement aus und können zum Ende des Semesters eine entsprechende Tätigkeit nachweisen.
- Die Studierenden engagieren sich im Rahmen vorgegebener Projektaufgaben, zwischen denen sie wählen können.

Durch die Vorstellung und Wahlmöglichkeit aus mehreren Engagementmöglichkeiten erhalten die Studierenden einen Eindruck von der Bandbreite des Engagements und können interessen- und studienfachbezogene Entscheidungen treffen. Darüber hinaus erwerben die Teilnehmenden wertvolles Grundlagenwissen über Projektmanagement zur Durchführung eines eigenen Engagementprojektes. Sie entwickeln eine reflektierte Perspektive auf gesellschaftliche Verantwortung und freiwilliges Engagement. Sie analysieren Erfahrungen, Situationen und Perspektiven und eignen sich so zentrale Schlüsselkompetenzen für ihre persönliche und berufliche Entwicklung an.

#### • • Service Learning mit thematisch-fachlichem Bezug

Service-Learning-Module lassen sich auch in die einzelnen Fakultäten integrieren. So können neben Kenntnissen zu Engagement und dem Erlangen von wichtigen Schlüsselkompetenzen zusätzlich thematisch-fachliche Kompetenzen angewendet und weiterentwickelt werden. Das Engagement steht dabei in einem direkten thematischen Bezug zu den Lehrinhalten. Bereits erworbene fachspezifische Kenntnisse und Erfahrungen sowie Inhalte aus der Lehre können dadurch im Engagement auf ihre Praxistauglichkeit geprüft werden. Die Erfahrungen und Erkenntnisse der Studierenden werden anschließend an der Hochschule im Austausch mit den anderen Seminarteilnehmer\*innen reflektiert.

### BEWERBUNG

Die Studienangebote werden in der Regel über die Vorlesungsverzeichnisse und die digitalen Lernplattformen (zum Beispiel Stud.IP) verbreitet. Eine gezielte Bewerbung bei den Studierenden der Zielgruppe bietet sich darüber hinaus über die Verbreitung von [→ Informationsmaterialien](#) ( [👉 S. 56](#)), über [→ Social Media & Websites](#) ( [👉 S. 65](#)) und weitere [→ interne digitale Plattformen](#) ( [👉 S. 71](#)) an.



Insbesondere über die [direkte Ansprache](#) (  **S. 58**) in Form von Infoständen auf dem Campus oder im Rahmen von Orientierungswochen zu Beginn des Semesters kann man Studierende direkt auf das Seminarangebot aufmerksam machen.

### HINWEISE UND WEITERE IDEEN

- Weitere Hinweise bietet auch der  **Service-Learning-Leitfaden der Agentur Mehrwert**.
  - Von den Standorten des Projektes *STUDIUM HOCH E* bieten sowohl die Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, die Universität Duisburg-Essen als auch die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde Service-Learning-Seminare an. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf den jeweiligen Websites:
-  **Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg**
  -  **Universität Duisburg-Essen**
  -  **Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde**

# QUELLEN- VERZEICHNIS

## QUELLENVERZEICHNIS

Backhaus-Maul, H., Ebert, O., Frei, N., Roth, C., Sattler, C.: Service Learning mit internationalen Studierenden. Konzeption, Erfahrungen und Umsetzungsmöglichkeiten. Weinheim 2015.

Backhaus-Maul, H., Grottker, L., Sattler, C.: Gesellschaftliche Teilhabe durch Engagement. Halle (Saale) 2018.

BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligen surveys. Berlin 2021.

Borgwardt, A.: Regionale Effekte von Hochschulen. Bonn 2018. Online verfügbar unter: [<http://library.fes.de/pdf-files/studienfoerderung/14865.pdf>].

Dömling, M., Pasternack, P.: Wer schon da ist, könnte auch bleiben. Internationale Studierende als künftiges Fachkräftepotenzial in ostdeutschen Regionen. 2014. Online verfügbar unter: [[https://blogs.urz.uni-halle.de/demografischerwandel/files/2015/10/27\\_Doemling\\_Pasternack\\_InternationaleSt.pdf](https://blogs.urz.uni-halle.de/demografischerwandel/files/2015/10/27_Doemling_Pasternack_InternationaleSt.pdf)].

Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“: Bericht der Enquete-Kommission – Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft. Berlin 2002. Online verfügbar unter: [<https://dserver.bundestag.de/btd/14/089/1408900.pdf>].

Frank, A., Lehmann-Brauns, C.: Kooperationsstrategien erfolgreich gestalten – Hochschulen im Spannungsfeld zwischen Profilentwicklung und gesellschaftlichen Anforderungen, in: Schmidt, U., Schönheim, K. (Hrsg.): Transfer von Innovation und Wissen. Gelingensbedingungen und Herausforderungen. Wiesbaden 2021.

Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK): Strategie der Wissenschaftsminister/innen von Bund und Ländern für die Internationalisierung der Hochschulen in Deutschland. Beschluss der 18. Sitzung der Gemeinsamen Wissenschaftskonferenz am 12. April 2013 in Berlin. Online verfügbar unter: [[https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/aaainternationalisierungsstrategie\\_gwk-beschluss\\_12\\_04\\_13.pdf;jsessionid=7B8E-265EE212D77D06FE6CB513EBFFAD.live091?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/aaainternationalisierungsstrategie_gwk-beschluss_12_04_13.pdf;jsessionid=7B8E-265EE212D77D06FE6CB513EBFFAD.live091?__blob=publicationFile&v=1)].

Grande, E.: Zivilgesellschaft, politischer Konflikt und soziale Bewegungen, in: Forschungsjournal Soziale Bewegungen, 31 (2018), H. 1-2.

Heublein, U., Richter, J., Schmelzer, R., Sommer, D.: Die Entwicklung der Studienabbruchquoten an den deutschen Hochschulen. Statistische Berechnungen auf der Basis des Absolventenjahrgangs 2012 (Forum Hochschule 4 / 2014). Hg. v. Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (DZHW). Hannover 2014.

Heublein, U., Ebert, J., Hutzsch, C., Isleib, S., König, R., Richter, J., Woisch, A.: Zwischen Studier-erwartungen und Studienwirklichkeit. Ursachen des Studienabbruchs, beruflicher Verbleib der Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher und Entwicklung der Studienabbruchquote an deutschen Hochschulen. Hg. v. Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (DZHW). Hannover 2017.

Hochschulrektorenkonferenz: Die deutschen Hochschulen internationalisieren! Internationale Strategie der HRK. Sprachenpolitik an deutschen Hochschulen, in: Beiträge zur Hochschulpolitik, 2 / 2012. Bonn 2012. Online verfügbar unter: [[https://www.hrk.de/fileadmin/\\_migrated/content\\_uploads/Graue\\_Reihe\\_Int\\_Strategie\\_Sprachenpolitik.pdf](https://www.hrk.de/fileadmin/_migrated/content_uploads/Graue_Reihe_Int_Strategie_Sprachenpolitik.pdf)].

Huth, S.: Teilhabe durch Engagement. Studie zum zivilgesellschaftlichen Engagement von Schüler\_innen und Studierenden unter besonderer Berücksichtigung des Engagementkontextes Hochschule. Hg. v. INBAS-Sozialforschung GmbH und Stiftung Mercator GmbH. Essen 2018.

Huth, S.: Die Rolle von Migrantenorganisationen im Flüchtlingsbereich – Bestandsaufnahme und Handlungsempfehlungen. Studie, gefördert durch die Beauftragte für Migration, Flüchtlinge und Integration. Hg. v. INBAS-Sozialforschung GmbH. Frankfurt am Main 2019.

Jäkel, H., Zacher, P.: „Das ist ein ureigener menschlicher Wunsch“: Studentisches Engagement aus Sicht von Lehrenden und gemeinnützigen Organisationen, in: Möller, C., Rundnagel, H. (Hrsg.): Freiwilliges Engagement von Studierenden. Analysen, Konzepte, Perspektiven. Wiesbaden 2019.

Krimmer, H., Bork, M., Markowski, L., Gorke, J.: Die Lage des freiwilligen Engagements in der ersten Phase der Corona-Krise. Lokal kreativ, finanziell unter Druck, digital herausgefordert. Hg. v. ZiviZ im Stifterverband. Berlin 2020.

Kristen, C.: Migrationsspezifische Ungleichheiten im deutschen Hochschulbereich, in: Diehl, C., Hunkler, C., Kristen, C. (Hrsg.): Ethnische Ungleichheiten im Bildungsverlauf. Mechanismen, Befunde, Debatten. Wiesbaden 2016.

Lokhande, M.: Engagiert gewinnt. Bessere Berufschancen für internationale Studierende durch Praxiserfahrung, in: Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration GmbH (SVR): Policy Brief des SVR-Forschungsbereichs 2016.

Middendorff, E., Apolinarski, B., Poskowsky, J., Kandulla, M., Netz, N.: Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2012: 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung. Hg. v. Bundesministerium für Bildung und Forschung. Bonn, Berlin 2013. Online verfügbar unter: [[http://www.sozialerhebung.de/download/20/soz20\\_hauptbericht\\_gesamt.pdf](http://www.sozialerhebung.de/download/20/soz20_hauptbericht_gesamt.pdf)].

Möller, C., Rundnagel, H.: Freiwilliges Engagement von Studierenden. Wiesbaden 2019.

Morris-Lange, S.: Allein durch den Hochschuldschunzel. Hürden zum Studienerfolg für internationale Studierende und Studierende mit Migrationshintergrund. Hg. v. Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration GmbH (SVR). Berlin 2017.

Morris-Lange, S., Brands, F.: Zugangstor Hochschule. Internationale Studierende als Fachkräfte von morgen gewinnen. Hg. v. Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration GmbH (SVR). Berlin 2015.

Priemer, J., Krimmer, H., Labigne, A.: ZiviZ-Survey 2017. Vielfalt verstehen. Zusammenhalt stärken. Hg. v. ZiviZ im Stifterverband. Berlin 2017.

Roth, R.: Demokratische Selbstkorrektur ist gefragt! Mit einer starken Zivilgesellschaft gegen politische Polarisierung und Rechtspopulismus in Pandemiezeiten, in: Betrifft: Bürgergesellschaft, Nr. 45. Bonn 2021. Online verfügbar unter: [<http://library.fes.de/pdf-files/dialog/18082.pdf>].

Schmidt, U., Schönheim, K.: Transfer von Innovation und Wissen. Wiesbaden 2021.

Speck, K., Backhaus-Maul, H., Krohn, M.: Freiwilligenagenturen in Deutschland. Die Befunde der dritten quantitativen Wiederholungsbefragung. Hg. v. Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa). Berlin 2021.

Stifterverband: Erfolgsmessung von Transfer und Kooperation an Hochschulen. Diskussionspapier. Essen 2019. Online verfügbar unter: [[https://www.stifterverband.org/sites/default/files/erfolgsmessung\\_von\\_transfer\\_und\\_kooperation\\_an\\_hochschulen.pdf](https://www.stifterverband.org/sites/default/files/erfolgsmessung_von_transfer_und_kooperation_an_hochschulen.pdf)].

