

„Social Action: Studentische Lösungen für Herausforderungen im Stadtteil“

(Bachelor Soziale Arbeit, Modulbaustein 03, 3. Semester, 2 SWS)

Dozent:

Dr. Eren Yildirim Yetkin
Köpenicker Allee 39-57 | 10318 Berlin
Raum 2.062

Tel.: +49 (0)30 / 50 10 10 832

E-Mail: eren.yetkin@khsb-berlin.de

Seminarzeiten:

Dienstags, 10.00 bis 11.30 Uhr

Liebe Studierende,

ich freue mich sehr, dass Sie sich für dieses spannende Seminarformat eingeschrieben haben. Sie finden hier eine etwas ausführlichere Beschreibung dessen, was Sie erwartet und was Sie erwarten dürfen. Darunter ein erster Einblick in den Social Action Ansatz sowie Details zur Seminargestaltungen, zur Prüfungsleistung und einigem mehr.

Herzliche Grüße

Dr. Eren Yildirim Yetkin

Übersicht

Zitate von Teilnehmer*innen.....	3
Seminarkurzbeschreibung.....	4
Seminar im Kontext des Studiengangs BA SozA.....	5
Angestrebte Lernergebnisse.....	7
Über den Teaching Social Action Ansatz.....	8
Wissenswertes und Wichtiges zu den Kampagnen	9
<i>Freie Themenwahl und deren Grenzen</i>	9
<i>Wege zu einer Kampagne</i>	9
<i>Kampagnen-Kriterien</i>	10
<i>Wechsel von Arbeitsgruppen</i>	10
<i>Unterstützung durch die Seminarleitung</i>	10
<i>Kampagnenstudie</i>	10
Lektüre	11
Anwesenheit und Mitarbeit	12
Seminar- und Kampagnen-Dokumentation.....	12
<i>Kampagnenmappe</i>	12
Prüfungsleistungen und Bewertungskriterien.....	13
Seminarplanung	14
<i>Prototypischer Social Action Seminartag</i>	15

Zitate von Teilnehmer*innen

Hier einige anonymisierte Zitate aus den Seminarreflexionen des letzten Semesters, die Ihnen einen ersten Eindruck geben sollen, welches Potenzial in diesem Seminarformat für Sie stecken kann:

- „Die wichtigste Entwicklung des Semesters bestand für mich darin, dass sich mein **Blick auf politische Teilhabe grundlegend verändert** hat. Zu Beginn konnte ich mir kaum vorstellen, dass wir als Studierende gesellschaftliche Veränderungen in der Form anstoßen können. **Durch unsere Kampagne [...] habe ich jedoch erlebt, dass gemeinsames Organisieren tatsächlich Wirkung entfalten kann.**“
- „Insgesamt hat mir die Kampagne, aber auch das gesamte Seminar, beigebracht, weniger verknüpft an Dinge heranzugehen und nicht sofort mögliche negative Folgen zu antizipieren, sondern **auch einfach mal zu machen.**“
- „Rückblickend überwiegen für mich die positiven Erfahrungen, da ich **nicht nur fachlich viel gelernt habe, sondern mich auch persönlich weiterentwickeln konnte.**“
- „Für mich persönlich zeigt sich eine **große Entwicklung in meinem Selbstvertrauen.** Ich weiß ganz genau, was ich in den letzten 14 Wochen geleistet und organisiert habe.“

Seminarkurzbeschreibung

Im Laufe dieses Seminars entwickeln Sie in kleinen Gruppen Lösungen für Probleme oder Herausforderungen im Stadtteil, die Sie zu Beginn des Semesters gemeinsam als relevant und bearbeitbar identifizieren.

Das Seminarprogramm wechselt anschließend ausgewogen zwischen praktischen Arbeitsphasen und Reflexionsphasen, in denen Sie verschiedene Changetheorien, Ansätze für öffentliches und demokratisches Handeln, Leadershipmodelle und Methoden aufsuchender Arbeit kennen lernen und anwenden.

Ziel ist es, eine - wie auch immer gestaltete - öffentliche Aktion am Ende des Semesters zum jeweils bearbeiteten Thema durchzuführen, um eine tatsächliche Umsetzung der entwickelten Lösungen anzustoßen.

Sie haben dadurch die Möglichkeit, verschiedenste Fähigkeiten zu entwickeln bzw. auszubauen, die für Sie im späteren beruflichen Alltag von großem Wert sein werden, wie z.B. zielgerichtetes Handeln, Eigenständigkeit, Teamfähigkeit, kritisches Denken, Analyse von Machtstrukturen, Aufbau von Netzwerken und Beziehungen, strategische Kommunikation, öffentliches Auftreten oder Verhandlungstaktiken.

Voraussetzung zur Teilnahme ist Ihre Bereitschaft, aktiv und kontinuierlich über das gesamte Semester in einer der Gruppen mitzuarbeiten und entsprechende Mitverantwortung für das Gelingen und den gemeinsamen Lernprozess zu übernehmen.

Ein Teil der zu lesenden Lektüre ist in Englisch. Dieses Seminar wird in diesem Semester zweimal mit identischem Programm angeboten, einmal von Eren Yetkin und einmal von Andreas Richter.

Seminar im Kontext des Studiengangs BA SozA

Auszug aus dem Modulhandbuch. Vollständige Quelle: https://www.khsb-berlin.de/sites/default/files/modulhandbuch_b.a.-soza_2023_masterversion_.pdf

Modultitel	Handlungstheorien und Methoden der Sozialen Arbeit
Nr.	M 03
Modulverantwortung	Prof. Dr. Sarah Häsel
Modulstatus	Pflicht
Modulinhalte und Qualifikationsziele	Im Rahmen des Moduls werden unterschiedliche wissenschaftliche Begründungen von Handlungstheorien und Methoden Sozialer Arbeit angesichts kumulierender sozialer Probleme und Bedarfe vermittelt. Gegenstand sind die (handlungs-) theoretischen Grundlagen des methodischen Handelns in der professionellen Sozialen Arbeit. Deren Umsetzung in methodisches Denken und Handeln wird anhand konkreter Praxisfelder der professionellen Sozialen Arbeit aufgezeigt. Studierende sollen befähigt werden, ihr späteres berufliches Handeln handlungstheoretisch und methodisch zu begründen und in eine zielgerichtete Praxis umzusetzen.
Allgemeine Qualifikationsziele:	Die Studierenden: • wissen um die wissenschaftliche Begründung von Handlungstheorien und Methoden Sozialer Arbeit; • haben systematische Kenntnisse und kritisches Verständnis wichtiger Handlungstheorien und Methoden der Sozialen Arbeit erworben und können diese nach Entstehungsgeschichte, begrifflicher Präzisierung und theoretischem Hintergrund verorten; • verfügen über Kenntnisse historischer, professionsspezifischer Methoden Sozialer Arbeit; • kennen Forschungsansätze und -perspektiven der Sozialen Arbeit, lernen diese zu nutzen und verfügen über die Fähigkeit, Forschungsergebnisse kritisch nachvollziehen zu können; • kennen ausgewählte Methoden qualitativer und quantitativer Sozialforschung und Wissen um die wesentlichen Gütekriterien

Baustein 03.2 2 SWS	Verschiedene Methoden der Sozialen Arbeit
Inhalte	Methoden können als begründete und systematische Verfahren für eine möglichst optimale Zielerreichung beim fachlichen Handeln verstanden werden. Im Rahmen des Bausteins werden in Lehrveranstaltungen unterschiedliche direkt und indirekt interventionsbezogene Methoden vorgestellt bzw. vermittelt, die im Kontext sozialprofessionellen Handelns Anwendung finden. Zur Diskussion steht in diesem Sinne auch die Strukturierung, Kontrolle und Handhabung der Wirkungen (und Nebenwirkungen) sozialprofessionellen Handelns.
Voraussetzung für die Vergabe von Credits Modul 03	Voraussetzung für die Vergabe der Credits und der daraus folgenden Berechnung der Leistungspunkte ist das erfolgreiche Bestehen des Moduls. Dies wird durch das Bestehen der Prüfungsleistung sowie einem Teilnahmechein in M 03.2 und M 03.3 dokumentiert.
Anzahl und Art der Studien- und Prüfungsleistungen	1 PL im Modul: Hausarbeit, Referat, Portfolio
Workload M 03.2	Präsenzzeit: 24 Stunden/ 28 Lehreinheiten Selbststudium: 76 Stunden
Prüfungsleistungen in diesem Kurs	NEU: nur noch Portfolio in Kombination mit Multiple Choice Test aus der Vorlesung

Angestrebte Lernergebnisse

Sie sind nach dem Seminar in der Lage:

1. ein Kampagnenthema zu entwickeln und es prägnant zu kommunizieren,
2. eine Kampagne zu beginnen,
3. den Kampagnenfortschritt am Ende zu evaluieren,
4. Macht (= Handlungsfähigkeit) theoretisch zu reflektieren und praktisch zu organisieren,
5. zu einem spezifischen Thema zu recherchieren und zu forschen (historische Analysen, Machtanalysen, Analyse von Kampagnenzielpersonen),
6. verschiedene Aktionsstrategien und -taktiken anzuwenden,
7. mit Presse und/ oder Medien zu arbeiten.

Weitere Lernziele sind:

1. *Kritisches Denken und Reflexion*
 - a. Sie identifizieren eine aus Ihrer Sicht problematische Praxis, Regelung oder Politik und entwickeln eine Kampagne, um eine Veränderung hin zu einer gerechteren Lösung anzustoßen; Sie können außerdem erklären, warum dieses Thema für Sie persönlich wichtig ist.
 - b. Sie lernen durch eigenes Handeln Theorien für gesellschaftliche Veränderungen und für Macht sowie Beispiele für öffentlich-soziales Handeln (Social Action) kennen
 - c. Im Rahmen einer Gruppen-Präsentation am Ende des Semesters fassen Sie Ihre Arbeit und die Fortschritte der Kampagne zusammen und reflektieren Ihre Lernerfahrungen, Ihr jeweiliges Handeln und Ihre entwickelten Lösungen.
2. *Recherche & Forschung zu sozialer Gerechtigkeit und zur Entwicklung von Kampagnenthemen*
 - a. Sie führen Recherchen und historische Analysen zu dem von Ihnen gewählten Thema durch; Sie entwerfen gemeinsam einen Aktionsplan, der u.a. auch Ihre persönliche Verbindung zum Thema sowie die Notwendigkeit einer Veränderung deutlich macht.
 - b. Sie führen eine Machtanalyse, eine historische Analyse und eine Zielpersonenanalyse durch.
3. *Kampagnenaktivitäten umsetzen*
 - a. Sie bauen gemeinsam Macht und Ressourcen („organisierte Menschen“, ggf. auch „organisiertes Geld“) auf, um Lösungen für die Ursachen des Problems zu finden, die Ihrem Thema zugrunde liegen.
 - b. Sie verwenden verschiedene Strategien und Taktiken, damit Ihre Kampagne kreativ, lebendig und aktionsorientiert ist.

Über den Teaching Social Action Ansatz

Der Ansatz wurde vor mehr als 20 Jahren von Scott Myers-Lipton von der San José State University (USA) erdacht und seither weiterentwickelt. In ähnlicher Weise begann vor 18 Jahren auch Ben Little von der University of East Anglia in Norwich (UK) mit seinen Studierenden zu arbeiten. Beide wussten zunächst nichts voneinander. Seit kurzem findet der Ansatz auch in Europa zunehmend Verbreitung. Bisher fanden in den letzten zwei Semestern drei TSA-Seminare hier an der KHSB statt. Im Wintersemester 2026-27 gibt es zwei weitere Seminare an der KHSB und TSA-Seminar an der Alice Salomon Hochschule (ASH). Damit gehören Sie immer noch zu den ersten Studierenden, die mit diesem spannenden Lehrformat Erfahrungen sammeln können.

Mit dem in den USA und Großbritannien sehr umfangreich erprobten Teaching Social Action (TSA) Ansatz ist es möglich, dass Sie als Studierende sehr strukturiert an der Lösung echter sozialer Probleme im Rahmen eines Semesters arbeiten können. Auf diese Weise haben Sie die Chance, vielfältige Fähigkeiten zu entwickeln, die Sie im späteren Berufsleben gut einsetzen können. Zugleich können Sie wichtige demokratische Basiskompetenzen erwerben.

Der Ansatz ermöglicht es, Themen auch über mehrere Semester hinweg zu bearbeiten. Für den Wissensaustausch gibt es eine weltweit wachsende TSA-Community, die ihre Lehrpläne, Kampagnen, Erfahrungen und Erfolge teilt. Beispiele finden Sie auf <https://teachingsocialaction.org/>

- **Konsequent Demokratisch:** „Teaching Social Action“ ist Teil einer demokratischen Kultur, in der Menschen das Recht haben, eigene Forderungen und Vorschläge für die Lösung von Problemen und Missständen an ihre Regierungen (lokal, föderal, national) oder andere Entscheidungsträger*innen (z.B. Hochschule, Wirtschaft) zu adressieren und diese Lösungen bzw. Forderungen dann auch mit diesen Verantwortungsträger*innen zu verhandeln.
- **Wandel und Veränderung im Fokus:** „Social Action“ (öffentlich-politisches Handeln) bedeutet, dass sich Menschen wie du und ich zusammenschließen, um öffentlich-politische Entscheidungen beeinflussen und Veränderungen bewirken zu können.
- **Selber machen als pädagogisches Grundprinzip:** Sie als Studierende entscheiden sich eigenverantwortlich für ein Thema, an dem Sie arbeiten wollen, und versuchen als Team im Rahmen einer Kampagne, eine im weitesten Sinne politische Regelung (d. h. eine Vorschrift, ein Gesetz, eine Verordnung, eine Norm oder eine institutionelle Praxis) zu verändern, indem Sie konkrete Forderungen an eine konkrete Person mit Entscheidungsbefugnis stellen.

Wissenswertes und Wichtiges zu den Kampagnen

Freie Themenwahl und deren Grenzen

Sie werden in den ersten drei Wochen Zeit haben, Themen zu entwickeln, an denen Sie dann in Gruppen arbeiten werden. Das heißt auch, dass nicht alle von Ihnen ein Thema vorschlagen müssen, aber jede*r ein Thema vorschlagen kann. Zur genauen Vorgehensweise dann mehr im Seminar.

Wichtig ist, ich werde Ihre Themenauswahl nicht beeinflussen. So kann das Thema bzw. die Kampagne, für die Sie sich entscheiden, z.B. eine liberale, konservative, sozialdemokratische, grüne oder linke Ausrichtung haben – sie kann aber auch ganz ohne eine solche ideologische Ausrichtung auskommen.

Allerdings gilt zugleich: Extremistische, demokratieablehnende oder solche Ideologien, die die allgemeinen Menschenrechte oder die berufsethischen Leitlinien der Sozialen Arbeit¹ nicht anerkennen oder verletzen – seien sie politisch, religiös oder weltanschaulich begründet – werden als Kampagnengrundlage in diesem Seminar NICHT akzeptiert.

Auch haben alle Aktivitäten und Aktionen selbstverständlich GEWALTFREI und LEGAL zu sein.

Wege zu einer Kampagne

Neue Themen und Kampagnen entstehen in den ersten drei Wochen des Semesters in einem strukturierten Prozess. Wichtig dabei ist, dass die Person, die ein Thema einbringen möchte, auch bereit ist, sich für den Arbeitsprozess den „Hut“ für das Thema aufzusetzen. Was das genau bedeutet, besprechen wir im Seminar. Sie kann ihn auch jederzeit weitergeben.

Kampagnen aus den vorangegangenen Semestern können ebenfalls fortgesetzt werden. In der zweiten Seminarwoche werden dafür voraussichtlich einige Studierende der Social Action Seminare aus dem Sommersemester 2026 ihre erarbeiteten Kampagnen vorstellen bzw. ich stelle die Kampagnen kurz vor. Ab hier gilt dann auch wieder das „Hut“-Prinzip: Eine Person erklärt, dass sie das Thema fortsetzen möchte und setzt sich damit den „Hut“ auf.

Schließlich ist es noch möglich, sich einer bestehenden Kampagne anderer Organisationen („Community Partner“) aus dem nahen oder erweiterten Sozialraum anzuschließen und unter deren Dach eine autonome studentische Kampagne zu entwickeln. Haben Sie hierzu Ideen oder vielleicht sogar schon Kontakte? Besprechen wir das sehr gern gemeinsam im Seminar.

Alle Kampagnen sollen sogenannte Off-Campus-Kampagnen sein. Das heißt, die Zielperson, an die Sie Ihre entwickelten Forderungen richten werden, ist nicht Teil der Hochschule.

¹ https://www.dbsh.de/media/public/dbsh-bund/Profession/2014_DBSH_Berliner_Erklaerung_zur_Berufsethik.pdf

Kampagnen-Kriterien

Arbeit und Auswahl der Kampagnen werden von folgenden Kriterien geleitet:

- **Teamarbeit** – mindestens 5 und maximal 10 Studierende bilden ein Kampagnenteam; gemessen an der Anzahl der eingeschriebenen Studierenden in diesem Kurs (aktuell 20 TN) sind rechnerisch zwei bis vier Kampagnengruppen möglich.
- **Leidenschaft bzw. Eigeninteresse** – Wählen Sie ein Thema bzw. schließen Sie sich einem Thema an, für das Ihr Herz schlägt.
- **Veränderung** – Ihre Kampagne muss darauf abzielen, eine institutionelle Richtlinie (Regel, Gesetz, Vorschrift) oder institutionelle Praxis entweder auf dem Hochschul-Campus, im Stadtbezirk oder in größerem Umfang z.B. regional, Berlinweit oder ggf. auch national zu verändern.

Wechsel von Arbeitsgruppen

Wenn Sie aus irgendeinem Grund eine Gruppe verlassen möchten, wenden Sie sich bitte an mich. Zu diesem Zeitpunkt besprechen wir, welcher Gruppe Sie beitreten möchten. Nachdem Sie eine Entscheidung getroffen haben, werde ich die andere Gruppe kontaktieren. Wenn die Gruppe der Meinung ist, dass es zu keinen Störungen innerhalb der Gruppendynamik kommen wird, können Sie der Gruppe beitreten. Wenn die Gruppe jedoch anderer Meinung ist, hat sie das Recht, dies abzulehnen. Sollten Sie auch in keiner anderen Gruppe Anschluss finden, werden Sie in diesem Fall eine Kampagnenstudie (siehe unten) durchführen.

Unterstützung durch die Seminarleitung

Unabhängig davon, für welche Kampagne Sie sich entscheiden, werde ich Sie bei der Entwicklung und Umsetzung Ihrer Kampagne unterstützen und begleiten. Ich helfe Ihnen dabei, mit Ihrer Kampagne Veränderungen anzustoßen. Dabei ist es meine Aufgabe, Ihnen den Social-Action-Ansatz näherzubringen und gemeinsam mit Ihnen die verschiedenen Handlungsmöglichkeiten abzuwägen. Wie Sie letztlich vorgehen, entscheiden Sie als Studierende jedoch selbst.

Kampagnenstudie

Ein JA ist nur dann freiwillig, wenn es auch ein sanktionsfreies NEIN geben kann. Da Freiwilligkeit in diesem Seminarkontext von elementarer Bedeutung ist, gibt es einen „Notausgang“ bzw. einen Plan B für den Fall, dass Sie z.B. die Zusammenarbeit mit einer Kampagnengruppe abbrechen wollen und keinen neuen Anschluss finden, oder Sie generell merken, dass Sie sich eine Arbeit an einer Kampagne doch nicht vorstellen können.

In diesen Fällen beschäftigen Sie sich mit der Analyse einer historischen Kampagne des öffentlich-politischen Lebens entlang der Arbeitsschritte des TSA-Modells.

Lektüre

Für ein erfolgreiches Arbeiten sind einige Grundlagentexte hilfreich, die Sie im Verlauf des Semesters in Vorbereitung auf die Seminare lesen werden. Die Texte werden in Moodle verfügbar sein und wir besprechen gemeinsam, welche Texte jeweils für Ihre aktuellen Bedarfe die passenden sind. In jeder Seminareinheit wird es Zeit für theoretische Einordnung und Reflexion und Diskussion gelesener Texte geben. Zu diesen Texten gehören:

- Myers-Lipton: **CHANGE! A Student Guide to Social Action.**
 - Alle Kapitel
- Meier, Penta, Richter: **Community Organizing**
 - Penta: **Die Macht der Solidarität** (8 Seiten)
 - Meier: **Das Organizing-Dreieck** (7 Seiten)
 - Richter: **Rolle und Entwicklung von Schlüsselpersonen** (8 Seiten)
 - Jamoul: **Wie funktioniert eine Bürgerplattform?** (6 Seiten)
- Alinsky: **Rules for Radicals/ Die Stunde der Radikalen**
 - Wir treffen eine Auswahl im Seminar
- Lewin: **Action Research and Minority Problems** (13 Seiten)
- Betscher et al.: **Transformative Community-Forschung im Stadtteillabor Bochum** (16 Seiten)
- Von Unger: **Community Mapping** (5 Seiten)
- Kollektiv orangotango: **Handbuch kollektives kritisches Kartieren.** (15 Seiten)
- Shel Trapp: Dynamiken des Organizing
 - Kapitel: **Nicht reden, sondern handeln – Aktion** (13 Seiten)
 - Kapitel: **Nett sein lohnt sich nicht – Macht** (8,5 Seiten)
- Ev. Stiftung Aslterdorf & KHSB (Hg.): Enabling Community
 - Penta, Schraml, Winterberg: **Community Organizing – ein Weg zur Enabling Community** (8 Seiten)
- Nixon: Work with source
 - **How to realise ideas** (19 Seiten)
- Misamer: **Teilhabe und Macht: Wie durch Machtsensibilität Teilhabe gefördert und Ausgrenzung verringert werden kann**
- **Allgemeine Erklärung der Menschenrechte** (PDF)
- **Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland** (PDF)
- **DBSH Berliner Erklärung zur Berufsethik von 2014** (PDF)

Anwesenheit und Mitarbeit

- 1) Nehmen Sie immer an den Seminarsitzungen teil.
- 2) Bringen Sie sich aktiv in die Diskussionen und Reflexionen ein.
- 3) Beteiligen Sie sich aktiv an der Arbeit Ihres Teams auch außerhalb der Seminarzeiten.
- 4) Dokumentieren Sie Ihre Arbeitsfortschritte, Rechercheergebnisse und Reflexionen in der verabredeten Art und Weise.

Ich werde aufgrund der Seminargröße eine wöchentliche Sprechstunde einrichten – voraussichtlich am Donnerstagnachmittag (14 – 15 Uhr), sodass Sie mit Fragen, die im Seminar nicht besprochen werden konnten, zu mir kommen können. Aufgrund weiterer Verantwortlichkeiten bitte ich Sie, sich vorab bei mir zu melden und den Termin zu blockieren.

Seminar- und Kampagnen-Dokumentation

Unabhängig davon, ob Sie eine benotete Prüfungsleistung ablegen oder nicht, ist es notwendig, dass Sie sich alle Teilnehmenden auch in schriftlicher Form am Seminar beteiligen.

Verbindlich für alle Teilnehmenden:

- Persönliche Kampagnenreflexion für die Kampagnenmappe (0,5-1,5 Seiten)

Verbindlich für Teilnehmende mit Prüfungsleistung

- Mitwirkung bei der Erstellung der Kampagnenmappe
- Mitwirkung bei der Bearbeitung des Implementation Worksheets
- Führen des Lerntagebuchs mit „rflect“
- Anfertigung einer schriftlichen Prüfungsleistung

Optional aber dringend empfohlen auch für Teilnehmende ohne Prüfungsleistung:

- Führen des Online-Lerntagebuchs mit „rflect“
- Mitwirkung an den sonstigen Kapiteln der Kampagnenmappe

Kampagnenmappe

Die Kampagnenmappe werden Sie als Gruppe bis zum Ende des Semesters fortlaufend zusammenstellen. Sie enthält alle notwendigen Informationen, Materialien, Analysen, Strategien, Reflexionen usw. zu Ihrer Kampagne. Sie soll Ihnen zum einen helfen zu sehen, was Sie gemeinsam geleistet und gelernt haben. Und sie soll es einer kommenden Gruppe so leicht wie möglich machen, Ihr Thema weiterbearbeiten zu können. Die Mappe wird digital zusammengestellt.

Die Kampagnenmappe enthält:

- Gestaltetes Deckblatt (1 Seite)
- Inhaltsverzeichnis (1 Seite)
- Kampagnenauswertung (2 Seiten)
 - Was lief gut? Wo ging was schief? Was sollte man anders machen oder beachten, wenn die Kampagne weitergeführt wird?
- Kurz-Beschreibung der Kampagne inkl. Pitch (1 Seite)
- Beschreibung wichtiger Aktivitäten und der Aktionen (je 0,5 bis 1 Seite pro Aktion/Aktivität)
- Machtanalyse (1 Seite Text plus Grafik)
- Targetanalyse (0,5-1 Seite plus ggf. Grafik)
- Historische Analyse (0,5-1 Seite Text)

- je Gruppenmitglied eine persönliche Reflexion (je 0,5-1 Seite)
 - Mögliche Fragen: Was habe ich gelernt? Wo bin ich an Grenzen gestoßen? Wo bin ich über mich hinausgewachsen? Wie hat sich mein Verhältnis zu Politik und Teilhabe verändert?
- Brief an die Studierenden des kommenden Semesters (0,5-1 Seite)
- Ggf. Literaturverzeichnis
- Anhang: Implementation Worksheet, Materialsammlung (Flyer, Fotos, ggf. Protokolle, Zeitplanung, ggf. wichtige E-Mails, Checkliste, Unterschriftenlisten, Pressemitteilung, Presse-Artikel usw.)

Prüfungsleistungen und Bewertungskriterien

Für dieses Seminar wird folgende Prüfungsform angeboten:

- Portfolio (PF) in Kombination mit dem Multiple Choice Test aus der Vorlesung

WICHTIG:
Ob eine Kampagne bzw. Aktion erfolgreich ist oder nicht,
fließt NICHT in die Bewertung ein!

Erwartet wird jedoch für das Erreichen einer Note besser als „2,3“, dass bis zum Ablauf des Semesters eine wie auch immer gestaltete öffentliche Aktion mit Forderungen an eine Zielperson durchgeführt wird.

Kriterien darüber hinaus sind:

- Die Qualität der Zusammenarbeit in der Gruppe, gemessen an den konkreten Zusammenarbeitskriterien, die zum Seminarbeginn gemeinsam besprochen und schriftlich in jeder Arbeitsgruppe vereinbart werden („Zusammenarbeitsvereinbarung“).
- Die Qualität der Kampagnen-Dokumentation, für die der/die Teilnehmende die Verantwortung trägt, gemäß den üblichen Anforderungen an gute wissenschaftliche Arbeit.
- Die Qualität der Reflexion Ihres eigenen Lern- und Entwicklungsprozesses inklusive der theoretischen Anbindung an besprochene Change-Theorien, Handlungsansätze und andere Kampagnenbeispiele, ebenfalls gemäß den üblichen Anforderungen an gute wissenschaftliche Arbeit.

Die Bewertung erfolgt dann zweistufig:

1. Selbsteinschätzung inkl. Peerfeedback (über „rfect“ von 3 Mitstudierenden) entlang festgelegter Reflexionsfragen bzw. -kriterien sowie anschließend eigenständige Einordnung in einen Notenbereich.
2. Finale Beurteilung durch die Dozierenden entlang derselben festgelegten Reflexionsfragen bzw. -kriterien. Ermittlung der individuellen Gesamtnote durch den Dozierenden unter Berücksichtigung der Selbsteinschätzung des Studierenden (zu 50%).

Seminarplanung

Auf die Plätze	1	13.10.	Kennen lernen
	2	20.10.	Themenfindung (inkl. Pitches Vorsemester)
Los ...!	3	27.10.	Teams bilden und Zusammenarbeit vereinbaren
	4	03.11.	Change Theory
Get set ...	5	10.11.	Machtaufbau beginnen
	6	17.11.	Recherchen
Los ...!	7	24.11.	Gruppendynamik überprüfen
	8	01.12.	Strategie & Taktik
Get set ...	9	08.12.	Kampagnen Kick-off
	10	15.12.	Kampagnenstart - Aktion
Los ...!	11	05.01.	Kampagnenplan
	12	12.01.	Aktion
Get set ...	13	19.01.	Aktion
	14	26.01.	Evaluation & Präsentation

Ablaufentwurf für unser Seminar

Einige Aktivitäten, wie zum Beispiel der Machtaufbau, erstrecken sich über mehrere Wochen. In der Übersicht ist dargestellt, wann wir uns planmäßig das erste Mal damit beschäftigen werden.

Die theoretischen Aspekte werden parallel zu den Tagesthemen erarbeitet.

Prototypischer Social Action Seminartag

Aus den Erfahrungen der vergangenen Seminar hat sich folgender Ablauf in den Präsenzphasen als hilfreich erwiesen.

Die 90 min Präsenzphasen dieses Kurses sind vor allem dazu gedacht, Dinge miteinander zu planen oder zu reflektieren. Die operative Arbeit an den Kampagnen und auch die Aktionen selbst werden in der im Modulhandbuch als „Selbstlernzeit“ deklarierten Zeit stattfinden. Wann und wie genau, das vereinbaren Sie in Ihren Gruppen miteinander spätestens in Woche vier. Planen Sie mindesten zusätzliche zwei Stunden pro Woche für die Arbeit an ihren Kampagnen außerhalb des Seminarraums ein.

Zeit	Dauer	TOP	Ziel/ Reaktion	Material
08.15	05 min	Begrüßung		
08.20	05 min	Check-in Runde • Akute Themen • Offene Fragen	Update Gruppendynamik	
08.25	20 min	Theorie/ Reflexions-Teil • 05 min passender Erfahrungsbericht • 15 min Theorie/ Reflexion	Reflexion Inspiration	Videos Texte
08.45	50 min	Arbeit an der Kampagne • 05 min Arbeitsstand-Check im Plenum • 45 min Gruppenarbeit	Aktivitäten und Aktionen planen, Fortschritte erzielen	Dokumentation Mural-Board?
09.35	10 min	Arbeitsplanung bis zum nächsten Treffen & Check-out	Verbindlichkeit herstellen	Mural-Board?
09.45		Verabschiedung & Ende		