



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte
der Bundesregierung
für Kultur und Medien



DOKUMENTATION

INNOVATION CAMP BREMEN

**ARBEITS
SPEICHER**

Veranstalter



KOMPETENZZENTRUM
KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT
DES BUNDES



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Organisation



WWW.VOMHORENSEHEN.DE

Kooperationspartner



HSB
Hochschule Bremen
City University of Applied Sciences



nextpractice®



TKLUB
DIALOG

Veranstaltet wurde das Innovationcamp Bremen vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Die Organisation vor Ort hat die Medienagentur vomhörensehen übernommen. Kooperationspartner waren die Hochschule Bremen, nextpractice, Bremen Next und der Klub Dialog.

INNOVATION CAMP BREMEN SPEICHER

Veranstalter:



KOMPETENZZENTRUM
KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT



Ministerium für
Kultur und
Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Organisation von DKT:



Kooperationspartner:



HSG Hochschule
für Sozialwissenschaften



FORKLUB
DIALOG



„Arbeit 4.0 ist eine der zentralen Zukunftsherausforderungen. Wir sind mitten drin im Wandel der Arbeitswelt – einem Wandel, der uns alle betrifft. Berufe, die heute alltäglich sind, wird es in Zukunft nicht mehr geben, andere werden neu entstehen. Politik, Sozialpartner und Wissenschaft müssen diesen Prozess gemeinsam mit der Wirtschaft gestalten. [...] Hier hat die Kultur- und Kreativwirtschaft ein extrem hohes Wertschöpfungspotenzial in Deutschland und spielt deswegen auch für die Volkswirtschaft eine richtig wichtige Rolle. Dies möchten wir sichtbar machen. [...] Das Innovationcamp kann aufzeigen, was Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Prozess leisten kann.“

Brigitte Zypries, Bundesministerin für Wirtschaft und Energie

Digitalisierung, Fachkräftemangel, demografischer Wandel – das sind nur drei der Schlagworte, die den Diskurs über die Zukunft der Arbeit prägen. Diese Aspekte sind nicht nur ein bedeutsames Thema für die Wirtschaft, sondern stellen auch eine zentrale Frage für die gesamte Gesellschaft im Wandel dar: Was heißt das für Arbeitsmodelle und das Bildungssystem der Zukunft? Wie wollen wir ausbilden und arbeiten – und was kann die Kultur- und Kreativwirtschaft dazu beitragen?

Das ARBEITSSPEICHER – Innovationcamp Bremen hat sich am 3. und 4. November 2017 der Herausforderung gestellt, die Frage um die Zukunft der Arbeit und der dafür notwendigen Bildung und Qualifizierung mit Menschen zu diskutieren, die es betrifft: Mit Schüler_innen, Azubis, Studierenden, Lehrkräften, Dozierenden, Personen aus Industrie und Mittelstand sowie Menschen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das zweitägige Camp-Format hat ermöglicht, dass alle 111 Teilnehmenden ihre persönlichen Erfahrungen und ihr Know-how mit einbringen konnten – und gleichzeitig einen besonderen Raum geschaffen, in dem es möglich war sich trotz des unterschiedlichen Hintergrundes auf Augenhöhe zu begegnen.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Kollaboration, agile Prozesse und innovative Techniken schon lange keine Fremdwörter mehr. Welches Potenzial solche Arbeitsmethoden für die gesamte Industrie bergen und welche Synergieeffekte entstehen, wenn gemeinsam ein Perspektivwechsel vollzogen und das Bildungssystem mit einbezogen wird, das wurde beim Innovationcamp ausprobiert – mit vollem Erfolg!

Wie das realisiert wurde und welche Ergebnisse dieses arbeitsreiche und kreative Wochenende hervorgebracht hat, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

- 1. Location*
- 2. Idee und Ablauf*
- 3. Rahmenprogramm*
- 4. Prozesse und Methoden*
- 5. Arbeitsergebnisse*
- 6. Resümee*

Als Veranstaltungslocation dienten zwei alte Produktionshallen der traditionellen Koch & Bergfeld Besteckmanufaktur in der Bremer Neustadt. Seit 1829 fertigt das Familienunternehmen Silberbesteck verschiedenster Epochen und beschäftigte zu Hochzeiten bis zu 1000 Menschen. Noch heute wird in den denkmalgeschützten Werkstätten Silber bearbeitet – und wer hätte gedacht, dass in jeden silbernen Löffel 28 Arbeitsgänge, in jede Gabel sogar 32 Arbeitsgänge investiert werden. Ein einladender Ort also, um die Geschichte der Arbeit nachzuvollziehen, Veränderung aufzuzeigen und neue Visionen für die Zukunft der Arbeit zu entwickeln.

Für die Veranstaltung wurden sowohl leerstehende Industriehallen als auch ein edler Besteckvorführsaal zu Kreativflächen, Workshopräumen, Chilloutareas, Kino und Ausstellungsfläche. Gegensätze bildeten schon hier den konzeptionellen Rahmen. Die modulare Gestaltung der Räume durch Papphocker und Holzkisten lud dazu ein, flexibel und dynamisch auf die verschiedenen Bedürfnisse der Teilnehmenden und Workshopleitenden zu reagieren.

Die Menschen konnten auf diese Weise ihre Arbeitsräume vor Ort in kurzer Zeit selbst gestalten. Ein Ort

also, der durch seinen unkonventionellen Charakter Räume bot, kreativ zu denken und zu handeln – losgelöst vom Status quo der Arbeitsrealität heute.

Die Mischung aus liebevoller Einrichtung, offener Gestaltung und kuratierter Ausstellung schuf eine Atmosphäre der Inspiration, Neugierde und Ermächtigung – und vor allem des Wohlfühlens.



Teilnehmende des Innovationcamps



„Ich bin begeistert! Absolut coole Location, die inspiriert und neugierig macht.“

Teilnehmer des Arbeitsspeichers

Die Grundidee des Camps war, gemeinsam mögliche Antworten auf zentrale Fragen unserer Gesellschaft zu skizzieren. Das Ziel: Mittels Methoden der Kultur- und Kreativwirtschaft Lösungsansätze und Visionen zu entwickeln, die ein Neudenken von Ausbildungsmaßnahmen und Arbeitsmodellen ermöglichen. Der Fokus lag dabei auf den Teilaspekten BILDUNG und QUALIFIZIERUNG. Diese beiden Bereiche spielen eine entscheidende Rolle bei der Frage, wie sich eine innovationsorientierte Arbeitswelt entwickeln kann. Hier liegen die Chancen und Potenziale für die Arbeit der Zukunft, aber auch Risiken, beispielsweise dass die Arbeitswelt der Zukunft den Einzelnen überfordert.

Mögliche Fragen und Spannungsfelder, die während des Camps bearbeitet werden sollten, waren unter anderem folgende: Wie kann intergenerationale Führung der Zukunft aussehen? Welche Weiterbildungsangebote sollten Unternehmen schaffen? Welche Voraussetzungen bieten bestehende Schulformen? Mit welchen Qualitäten starten Absolvent_innen in die Arbeitswelt und wie können Arbeitgebende auf diverse Vorstellungen von Teilhabe eingehen? Wie kann der Digitalisierungsprozess in dezentralen Regionen Deutschlands möglichst niedrigschwellig vorangetrieben werden?

Um gemeinsam in heterogenen Gruppen über Modelle für das Arbeits- und das Bildungssystem der Zukunft nachzudenken, wurden die traditionellen Unternehmenshierarchien während des Camps aufgelöst und alle Teilnehmenden als Expert_innen ernst genommen. Der ARBEITSSPEICHER hat wichtige Akteur_innen zusammengebracht.

Unter den rund 111 Teilnehmer_innen waren Leute aus der Pädagogik, Schüler_innen, Unternehmensangehörige, Auszubildende, Personen in Führungspositionen, Studierende, sowie Bereichsleitende der Innovationsabteilung verschiedenster Unternehmen; Mitarbeitenden von Krankenkassen, aus der Raumfahrts- und der Automobilindustrie – sowie Menschen aus der Bildungsbranche und natürlich der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Dabei waren sowohl Erfahrungen und spontane Ideen als auch verrückte Visionen entscheidende Ressourcen, um gemeinsam Zukunftskonzepte zu entwickeln. Ähnlich eines Barcamp-Formates lebte der ARBEITS-SPEICHER von der Expertise und den Ideen aller einzelnen Mitwirkenden – einer Zusammenarbeit aller Teilhabenden auf Augenhöhe.

Während der Workshops wurden Prozesse und Methoden angewendet, die sich an der Kultur- und Kreativwirtschaft orientieren und im durchschnittlichen Arbeitsalltag weitestgehend unüblich sind.

Denn eine weitere Kernfrage des Camps war: Was können sich Wirtschaft und klassische Strukturen in Sachen innovativen Arbeitens von der Kreativindustrie abschauen und welchen Beitrag kann die Kultur- und Kreativwirtschaft im Wandel der Arbeitswelt im Bereich der Bildung und der Qualifizierung leisten. Mehr zu diesen Methoden wird in dem entsprechenden Kapitel detailliert besprochen.

Gemeinsam sollte eine Bandbreite wichtiger Themen zur Zukunft der Arbeit herausgefunden, priorisiert und innoviert werden. Wunschziel für das Ende des zweiten Tages waren konkrete Zukunftsvisionen, die in Kleingruppen konzeptioniert und im großem Plenum vorgestellt werden sollten. Unabhängig vom Gelingen dieses Ziels sollten alle Teilnehmenden die Möglichkeit haben, den persönlichen ARBEITSSPEICHER zu erweitern – durch den Austausch mit anderen, Input von geladenen Speaker_innen und persönliches Experimentieren.



Der grobe Fahrplan für den ARBEITSSPEICHER teilte sich in aufeinander folgende Prozessschritte, durch die Moderatorin Lena Döring führte. Zu Beginn hielt Brigitte Zypries, Bundesministerin für Wirtschaft und Energie, ein motivierendes Großwort, danach eröffneten Martin Günthner, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen in Bremen, und Christoph Backes, Projektleiter Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, das zweitägige Innovationcamp.

Nach spannenden Impulsvorträgen und einer ersten Workshop-Phase mit Expert_innen war die eigene Kreativität gefragt. Während sogenannter ARBEITS-PHASEN wurden gemeinsam die neuen Herausforderungen beim Arbeiten und Lernen identifiziert. Am zweiten Tag ging es daran, Lösungsansätze zu finden. Alle Teilnehmenden konnten Themenfavoriten wählen und in Kleingruppen – von Workshopleitenden methodisch begleitet – Konzeptideen entwickeln.



„Wie können Gesellschaften zusammen funktionieren? Wie können wir die Bildung organisieren und später dann auch das Arbeitsleben? Da will ich hier ganz viele Impulse mitnehmen und Ideen aufnehmen [...]“

Teilnehmer des Arbeitsspeichers

Ein crossmediales Angebot erweiterte das Programm. Auf dem Areal verteilt sich verschiedene Stationen, an denen innovative best practice-Beispiele aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erkunden waren. Diese konnten von allem zur Inspiration, aber auch zur konkreten Verwirklichung eigener Konzepte einbezogen werden.

Unter anderem stand allen Teilnehmer_innen das ganze Wochenende ein Fablabbus mit modernster Technik zur Verfügung, um beispielsweise an 3D-Druckern Prototypen zu drucken. Auch ein Schweißsimulator von Mercedes Benz sowie Sisyfox, ein Spiel zur Bewegungsförderung im Gesundheitswesen, waren aufgebaut und wurden begeistert ausprobiert.

Perfekte Beispiele dafür, wie die Innovationskraft der Kultur- Kreativwirtschaft gepaart mit neuen Technologien anwendbar für die Industrie und das Bildungswesen wird. Die aus der Kreativwirtschaft inspirierte, spielerische Herangehensweise an Lernprozesse schuf Motivation unter den Campteilnehmenden, selbst neue Wege zu denken und Konzepte auszuarbeiten.

Abgerundet wurde die produktive Arbeitsatmosphäre außerdem durch gutes Essen, ein themenbezogenes Kinoprogramm und ein Livekonzert.



Liveauftritt der Band Annagemina



„Bremen ist ein guter Ort, solche Sachen zu entwickeln und sie auch hier zu starten. Wir brauchen genau diese Verbindung, die Sie hier schaffen – von Firmen und Industrie, von Schule und Hochschule, von Leuten die Ideen haben [...]. Es geht darum zu lernen, gute Ideen voran und die Ergebnisse dann an die Frau und den Mann zu bringen. Das Empowerment und die Methodik dazu wurden hier durch die Ansätze der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglicht. [...] Diese Ideen müssen nun eingespeist werden: Ran an die Politik!“

Bürgermeister Dr. Carsten Sieling, Präsident des Senats der Freien Hansestadt Bremen und Schirmherr des Innovationcamps

4. PROZESSE UND METHODEN

Nach dem inhaltlichen Startschuss zur Begrifflichkeit und Besonderheit Neuer Arbeit durch die Keynote von Marion King – Gründerin der Les Enfants Terribles, Schule für gutes neues Arbeiten – gaben sechs Speaker_innen kurze Impulsvorträge mit kompaktem, vielseitigem Input. Eine kurze Vorstellung von Personen und Themenfokus folgt auf den nächsten Seiten.

So wurde innerhalb kürzester Zeit klar, wie Visionen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft bereits vielseitigen Einzug in den Arbeitsalltag gefunden haben – unter anderem durch: Methoden zur niedrigschwelligen Verbreitung von Digitalisierungsprozessen, Innovierung von Verwaltungsstrukturen, das erfolgreiche Konzept des Coworking Space, eine Ausrichtung der Angebote auf die nachwachsende Generation durch beispielsweise Junge Angebote der Rundfunkanstalten, langjährige Forschungsgruppen zu intergenerationalen Lernansätzen, das Interesse und Coaching von Firmen in Richtung neue Organisationsformate.

Als Übergang wurden die Teilnehmenden danach per Zufallsverfahren in dynamische Dreierteams geteilt – mit dem Ziel, möglichst heterogene Gruppen aus Menschen mit verschiedenen Kompetenzen zu gewinnen, die sich gegenseitig gedanklich

ergänzen. Pro Team suchte sich jede Person einen Impulsworshop aus, von dem den anderen Gruppenmitgliedern im Nachgang berichtet wurde.

So hatte jedes Team binnen kurzer Zeit die Möglichkeit, den eigenen Wissens- und Ideenhorizont zu erweitern. Das einfache Prinzip dieser Methode: Schnellstmöglich viel Expertise und Ideen ins Team zu holen und den jeweils unterschiedlichen Input durch das Weitererzählen direkt zu reflektieren und zu festigen.

Dr. Fabiola H. Gerpott suchte in ihrem Impulsworshop gemeinsam mit den Teilnehmenden nach Möglichkeiten, das Betriebsklima in Industrieunternehmen zu verbessern, Christian Schoon stellte Techniken zur Strategieentwicklung für die Arbeitsorganisation vor und Julius Plüsckie erzählte, wie er durch das Fabmobil – einem umgebauten, ehemaligen Nightliner – den Digitalisierungsprozess in dezentralen Regionen Deutschlands vorantreibt.



Impulsworshop im Fabmobil



Christian Schoon

Christian Schoon kreiert als Zukunftsforscher unter anderem die Zukunft der Arbeit bei der Stadt Köln. Dabei geht es darum, ein ganzheitliches und konsistentes Zukunftsbild für die zukünftige Organisationsfähigkeit der Verwaltung herzustellen. Als freier Consultant bei Future Impacts, einem Beratungsbüro für Zukunftsfragen, berät er Klient_innen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft bei der Herausforderung, strategische und innovative Antworten für deren Zukunft zu finden. Zudem ist er Vice-Chair des German Node im weltweiten Thinktank Millennium Project, einer NGO für globale Zukünfte.



Dr. Fabiola H. Gerpott

Dr. Fabiola H. Gerpott arbeitet als Juniorprofessorin für Human Ressource Management an der VU University Amsterdam. Zuvor promovierte sie im Mercedes-Benz Werk Bremen zu der Förderung intergenerationaler Lernprozesse. In ihrer Forschung befasst sie sich mit Leadership im Kontext organisationaler Herausforderungen wie der Digitalisierung oder dem demografischen Wandel. Im Fokus steht die Übersetzung von Forschungsergebnissen in die Arbeitspraxis, um die Frage zu beantworten, wie Mitarbeiter_innen unterschiedlichster Generationen gemeinsam maximale Innovations- und Leistungsfähigkeit erreichen.



Julius Plüscke

Julius Plüscke studierte Produktdesign – und wurde Busfahrer! Der Bus – das Fabmobil – ist glücklicherweise voller Creative Technologies, mit denen er am liebsten arbeitet: CNC-Fräsmaschine, Lasercutter, 3D-Drucker aller Art. Materialexperimente, Prototyping- und Designstrategien sind es, die Julius gerne teilt und im Rahmen von Fabmobil-Kursen lehrt. Meist in partizipativen Workshops für kreative Menschen und Macher_innen. Neben seiner Tätigkeit als lehrender Busfahrer beim Berliner Design- und Forschungsstudio The Constitute realisiert er eigene Designprojekte.

**Marion King**

Marion King ist Beraterin für Organisationsentwicklung, Coach und Trainerin für Führung und Kommunikation, Expertin für New Work bei IXDS sowie Founding Partner von katapult:NOW, einem Netzwerk von digitalen Unternehmenden. Sie hat langjährige Erfahrung im Marketing, Projektmanagement und als Head of Human Resources. Seit mehr als zwölf Jahren beschäftigt sie sich mit den Themen Digitalisierung und Zukunft von Arbeit. In ihrer Arbeit begleitet sie Mitarbeiter_innen, Teams und ganze Unternehmen dabei, gut mit Veränderungen umzugehen. 2015 hat sie deshalb LES ENFANTS TERRIBLES gegründet, eine Community und Initiative für gutes neues Arbeiten.

**Frank Schomburg**

Frank Schomburg ist Mitbegründer und Gesellschafter der nextpractice GmbH. Nach dem Informatikstudium war er in verschiedenen Industrieunternehmen als Projektleiter für produktionstechnische EDV-Systeme tätig. Gemeinsam mit dem verstorbenen Prof. Dr. Kruse entwickelte er die Basiskonzepte für die nextpractice-Tools. Heute erarbeitet er Konzepte für den Methodeneinsatz in Unternehmen und leitet deren Umsetzung. Führungskräften und Mitarbeiter_innen wird die Fähigkeit vermittelt, Komplexität und Dynamik zu meistern, Veränderungen zu verstehen und dieses Wissen im Rahmen intelligenter Netzwerke zu nutzen.

**Marius Wagener**

Marius Wagener ist Ausbilder der Berufsgruppe Mechatronik/Elektronik für Automatisierungstechnik im Mercedes-Benz Werk Bremen. Zudem betreut er die Dualstudierenden und wirkt in dem Projekt Zukunftswerkstatt mit, in dem unter Einbeziehung der Businessbereiche neue Technologien in verschiedenen Beschäftigungsgruppen erprobt werden. Die daraus entstandenen Erkenntnisse werden mit Hilfe von neuen didaktischen Ansätzen und definierten Prozessen in die bestehende Bildungslandschaft der Aus- und Weiterbildung integriert.

Zum Abschluss des ersten Tages und Eröffnung eines eigenen Themendiskurses der Teilnehmenden kamen in den dreiköpfigen Kleingruppen Laptops mit einer digitalen Ideen-Plattform des Kooperationspartners nextpractice zum Einsatz – der nextmoderator. Vorgegeben waren dabei die drei Kategorien bzw. Perspektiven BÜRGER, STAAT und WIRTSCHAFT.

Die Plattform konnte mit frei formulierten Ideen gefüttert werden. Das Prinzip hier: Alle sahen alles. Es entstand eine Art Ideen-Dominoeffekt, da jeder Eintrag sichtbar und kommentierbar war. So wurde der Ideenpool zunächst maximiert und leicht strukturiert. Erst später wurde er wieder reduziert. Eine Klassifizierung oder Bewertung fand in diesem ersten Schritt nicht statt. Durch die Unterscheidung in DOs (farblich grün) und DON'ts (farblich rot) kristallisierten sich Problemthemen und mögliche Lösungsansätze heraus. Bemerkenswert bei diesem Prozess war, wie viele lösungsorientierte Einträge binnen kurzer Zeit von den Teilnehmenden generiert wurden.

Um die so gewonnenen Themen für die weitere Bearbeitung zu gewichten, konnte jede_r Teilnehmende im zweiten Schritt auf der Plattform für fünf Themen-Punkte voten. Es fand also eine Reduzierung

aller Ideen auf die mit dem meisten Zuspruch statt. Die Summe aller abgegebenen Teilnehmendenstimmen ergab so das Ranking der Themen, an dem ein großes Arbeitsinteresse bestand. Dieses Ranking bildete die Grundlage für die ARBEITSPHASEN am zweiten Tag des ARBEITSSPEICHERS.

Aus dem Voting ließen sich in jeder der drei Überkategorien fünf Unterthemen bilden, indem ähnliche Aspekte durch Gewichtung und Zusammenfassung in einem Überpunkt festgehalten wurden.



Geschäftsführer von nextpractice Frank Schomburg

ERGEBNISSE DER NEXTMODERATOR THEMENSAMMLUNG



Gesellschaft der Zukunft

- *Gesellschaftliche Lernräume*
- *Bewertungskriterien für Kompetenzen*
- *Investition in Bildung*
- *Eigenverantwortung ermöglichen*
- *Digitalisierung in der Verwaltung*
- *Entschleunigung in der Gesellschaft*

Schule der Zukunft

- *Neue Formen des Lernens*
- *Anforderungen an ein Lehramtsstudium*
- *Orientierung der Lehrpläne an Lebenswelten*
- *Gesellschaftliche Werte als Lehrfach*
- *Vermittlung von Medienkompetenz*
- *Gestaltung des Klassenraums der Zukunft*

Unternehmen der Zukunft

- *Pflichten eines Unternehmens*
- *Fehlertolerante Lernfelder*
- *Individuelle Arbeitszeitmodelle*
- *Alternative Organisationsformen*
- *Betriebliche Ausbildung stärken*
- *Unternehmen und Schule verzahnen*

Mit einer Vorstellung und Zusammenfassung der von allen Teilnehmenden generierten und gewichteten Themen startete der zweite Tag des Innovationcamps. Nun ging es darum, dass alle sich das Thema auswählten, an dem alle arbeiten würden. Hinter jedem Themenfeld kristallisierten sich sechs Einzelthemen heraus – es gab also insgesamt achtzehn Themen, die bearbeitet werden konnten. Durch die persönliche Vergabe von Präferenzen der Teilnehmenden für jedes Thema errechnete ein Algorithmus der nextpractice-Plattform die optimale Zuteilung von Teilnehmenden zu einem jeweiligen Thema. Dadurch arbeitete jede Person an dem Thema, welches sie maximal interessierte.

Während der ARBEITSPHASEN wurde jedes der drei Themenfelder GESELLSCHAFT DER ZUKUNFT (Saskia Behrens), SCHULE DER ZUKUNFT (Matthias Leitner) und UNTERNEHMEN DER ZUKUNFT (Raoul Pilcicki) durch die Expertise einer moderativen Person begleitet, die inhaltlich und methodisch versiert den Rahmen der Auseinandersetzung schuf.

Dabei wurde mit einem Mashup unterschiedlicher Methoden aus der Kultur- und Kreativwirtschaft gearbeitet. Eine Improvisation je nach Zusammenset-

zung der Gruppe und Gruppendynamik war nicht nur notwendig, sondern erwünscht – zumal die Setzung der Themen erst vor Ort und gemeinsam mit den Teilnehmenden erarbeitet wurde. Die Workshopleitenden mussten ihre Methodenkoffer den jeweiligen Fragestellungen, Zielen und Herausforderungen der Themen also anpassen, um spontan eine passende Dramaturgie für geeignete Prozesse und Abläufe während der Workshops zu bauen.

Benutzt wurden unter anderem Methoden des klassischen STORYTELLINGS (der dramaturgischen Arbeit, die Teilnehmenden mit einzubinden) ebenso wie beispielsweise LEAN UX- und DESIGN THINKING-Methoden. Die Lean Management User Experience unterstützte die Teilnehmenden-zentrierte Ausrichtung der Workshops, um eigene Stärken herauszuarbeiten und Empowerment zu schaffen. Grundannahme des Design Thinking ist wiederum, dass Innovation in der Schnittmenge aus den drei gleichberechtigten Faktoren Mensch, Technologie und Wirtschaft entsteht. Es sollten demnach möglichst unterschiedliche Erfahrungen, Meinungen und Perspektiven hinsichtlich einer Problemstellung versammelt werden, um innovative Ideen zu entwickeln – die in diesem Fall auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden ausgerichtet waren.

Auch SYSTEMS ENGINEERING- und SYSTEMS THINKING-Methoden wurden den Teilnehmenden im Workflow nahegebracht. Die interdisziplinären Be trachtungsweisen ermöglichen den Teilnehmenden ihre Denkmodelle, Strukturen und Muster in den komplexen Themenfeldern zu reflektieren und somit kurz- und langfristige Denkperspektiven bewusst wechseln zu können. Durch CHANGEABLEITUNG haben die Moderator_innen dafür gesorgt, dass aus abstrakten Ideen am Ende anfassbare und testbare Prototypen entwickelt wurden.

Wichtig war den Anleitenden, dass die kreativen Lösungsansätze und das nutzerorientierte Arbeiten nicht in einen Wasserfallprozess gezwängt wurden – wie im klassischen Projektmanagement, bei der jede Phase einen vordefinierten Start- und Endpunkt mit eindeutig definierten Ergebnissen hat. Vielmehr sollten agile und interaktive Prozesse angestoßen werden, um Problemstellungen nicht kausal-linear zu lösen, sondern gemeinsam mit den Teilnehmenden konzentrisch einzukreisen und zu identifizieren.

Das prozessorientierte Arbeiten während des Innovationcamps kann annähernd unter dem Begriff des USER-CENTERED DESIGN gefasst werden. Es

ging um einen zielorientierten, iterativen Wechsel zwischen Analyse-, Design- und Evaluationsprozessen und die Fortentwicklung ihrer jeweiligen Ideen, Lösungsansätze und Resultate während der ARBEITSPHASEN. Die Motivation der Teilnehmenden sowie die Empathie-Momente untereinander und gegenüber gesellschaftlichen Bedürfnissen waren die Basis der Zusammenarbeit und Innovationskraft.

Nach intensivem Brainstorming mit den jeweils fünf Kleingruppen innerhalb der Themenbereiche wurden die Oberthemen mittels der beschriebenen Methoden Schritt für Schritt von den Teilnehmenden runtergebrochen. Es sollte eine konkrete Aufgabenstellung entwickelt werden, deren Ausarbeitung am Ende des Camps präsentiert werden konnte.

Jede_r Worksshopleitende sowie jede der fünfzehn Einzelgruppen arbeitete mit eigenen Techniken – alle Methoden waren erlaubt. Es wurde diskutiert, verworfen, geschrieben, gezeichnet, gefilmt, fotografiert, gebastelt und gebaut – sowie die Praxisstationen genutzt. Alle Gruppen sollten bestenfalls mit einem Bild, Video oder Prototypen und einigen kurzen Sätzen in einer fünfminütigen Abschlusspräsentation ihr ausgearbeitetes Kleinkonzept vorstellen.



Saskia Behrens

Saskia Behrens ist ausgebildete Mediengestalterin und arbeitete anschließend einige Jahre als Art-Direktorin in einer Bremer Werbeagentur. Mittlerweile ist sie mit der Co-Werkstatt Kalle selbstständig, entwickelt die Strategie für das Label Paperlove Papeterie und betreut die Artist Relations für die Plattform Addact. Mit The Goodgang hat sie ein Klamottenlabel ins Leben gerufen, von dem ein Teil des Erlöses in das SOS-Kinderdorf in Bremen fließt. Von der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wurde sie zum Fellow ernannt.



Raoul Pilcicki

Gemeinsam mit Unternehmen, Beratungen, Institutionen und anderen Pioniergeistern begibt sich Raoul Pilcicki gerne und regelmäßig in Gründungs- oder Veränderungsprozesse. Seine Arbeit verbindet Praxis und Reflektion, Kreation und Organisation – um Prozesse sowohl menschlich, nachhaltig als auch effektiv zu gestalten. Raoul studierte Integriertes Design und Systems Engineering in Bremen und Graz. Er war Mitgründer und Partner einer Transformationsberatung. Er ist in verschiedenen Netzwerken und Initiativen zu systemischem Wandel und neuen Organisationsformen tätig.



Matthias Leitner

Matthias Leitner ist Digital Storyteller und Analogstrategie. Für seine journalistische Arbeit wurde er mehrfach ausgezeichnet und 2012 zu den Top 30 der Nachwuchsjournalisten Deutschlands gewählt. Matthias Leitner ist Mitbegründer des Journalistenkollektives Affe im Kopf, leitet seit 2015 das Storytelling Lab story:first und entwickelt bei BR Next als Projekt- und Ideenmanager Programminnovationen wie den Call for Podcast. Im März 2016 ist das Buch *story:now – Ein Handbuch für digitales Erzählen* erschienen. Von der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wurde er 2017 zum Fellow ernannt.

5. ERGEBNISSE

Als Abschluss des gesamten Innovationcamps wurde am Samstagnachmittag zu einer Ergebnispräsentation eingeladen. Über die Teilnehmenden hinaus war hierzu auch die Öffentlichkeit eingeladen, so dass Vertreter_innen aus der Stadtverwaltung, Politik, dem Bildungssektor und der Kulturbranche ihren Weg in die Silbermanufaktur fanden.

Bürgermeister der Stadt Bremen und Schirmherr des Events, Dr. Carsten Sieling, eröffnete die Abschlussveranstaltung. Er dankte den Teilnehmenden für ihr herausragendes Engagement und zeigte sein großes Interesse an den Ergebnissen. Die Arbeit der zwei vergangenen Tage wurde in Kleingruppen auf der Bühne mit anschaulichen Prototypen, erstellten Filmen, Fotos sowie Prozessabbildungen präsentiert. Eine Zusammenfassung dieser Vielzahl an kreativem Output und visionären Zukunftsentwürfen zur Aktualisierung und gleichzeitigen Vermenschlichung von Bildung, Arbeit und Qualifizierung finden Sie auf den nachfolgenden Seiten.

Im Anschluss an die Präsentation der Prototypen und Ergebnisse sprach eine Expert_innenrunde in einem knappen Kamingespräch über die Potenziale der ausgetüftelten Ideen. Felicia Reinstädt, Prof. Dr. Felix

Rauner und Dr. Michael Diekmann vertraten – durch die Leitung des Jungen Angebotes von Radio Bremen, der langjährigen Berufsbildungsforschung an der Universität Bremen sowie der Mitarbeit bei der Initiative Schule im Aufbruch in Berlin – allesamt spannende Perspektiven zum Thema Zukunft der Arbeit.

In einem waren sie sich einig: Das Zusammenbringen aller Betroffenen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie es während des Innovationcamps durch den sowohl gesellschaftlichen und als auch branchenbetreffenden Querschnitt aller Teilnehmenden der Fall war, ist der beste Weg zur Revolutionierung und gemeinsamen Neugestaltung des Bildungs- und Qualifizierungssystems – und somit der gesamten Arbeitswelt. Wie die in den Kleingruppen ausgearbeiteten Projekte zeigten, lässt die Vereinigung so unterschiedlicher Perspektiven und die Arbeit mit Methoden aus der Kreativwirtschaft in kürzester Zeit tragfähige Ideen entstehen.





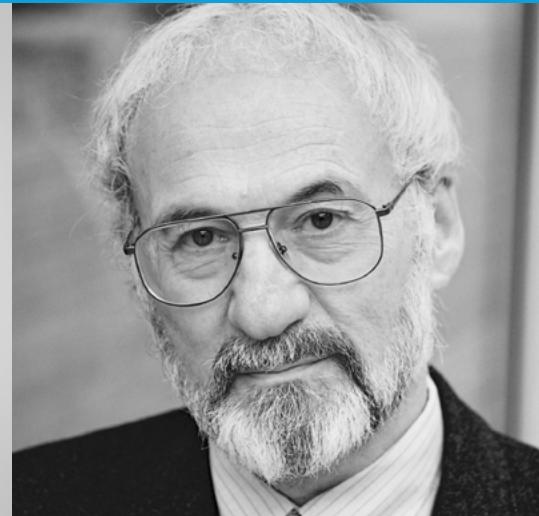
Dr. Wolfgang Diekmann

Dr. Wolfgang Diekmann gehört seit 2017 dem Kernteam der Initiative Schule im Aufbruch an. Zuvor war er in verschiedenen schulischen Leitungspositionen als Dezerent, als Qualitätsprüfer und als Schulleiter tätig. Sein Kredo: Die Zeit ist reif für einen grundlegenden Wandel in deutschen Schulen. Transformation braucht neues Denken und Visionen. Selbstgesteuertes und selbstorganisiertes Lernen, fächer- und jahrgangsübergreifendes Arbeiten, Abkehr vom lehrerzentrierten Unterricht sowie Lerninhalte, die an der Lebenswirklichkeit der Lernenden orientiert sind, gehören u.a. zu den notwendigen Entwicklungsschritten.



Felicia Reinstädt

Felicia Reinstädt ist Redaktionsleiterin von Bremen NEXT, dem jungen crossmedialen Angebot von Radio Bremen. Bremen Next ist Anlaufstelle für junge Menschen mit unterschiedlichem sozialen und kulturellen Background, die das Programm gestalten und hier ihre ersten Medienerfahrungen sammeln können. Vor ihrer Zeit bei Radio Bremen arbeitete Felicia Reinstädt für diverse andere Medien, vor allem für das Jugendprogramm des Bayerischen Rundfunks PULS. Sie ist Absolventin der Deutschen Journalistenschule und gibt ihr Wissen auch gerne in Workshops weiter.



Prof. Dr. Felix Rauner

Felix Rauner ist seit 1978 Professor an der Universität Bremen und leitet die Forschungsgruppe Berufsbildungsforschung (I:BB). Darüber hinaus ist Felix Rauner Advisory Professor an der East China Normal Universität (Shanghai) sowie der Tongji Universität, Vorsitzender internationaler Forschungsnetzwerke sowie Herausgeber des Handbuchs Berufsbildungsforschung. Aktuelle Forschungsarbeiten und -projekte beziehen sich auf Fragen der international vergleichenden Berufsbildungsforschung sowie der Large Scale-Kompetenzdiagnostik in der beruflichen Bildung.



„Mitmachen war ein Spirit, der hier die ganze Zeit präsent war.“

Raoul Pilicki, Workshopleiter



In der **Lehrerschule** findet ein Rollentausch statt und die Lehrkräfte werden selbst zu Schüler_innen. Nach dem Motto SCHÜLER_INNEN LEHREN LEHRKRÄFTE erweitert sich die Perspektive der Lehrenden um die der selbst Lernenden – mittels ausgewählter Mentor_innen aus dem Kreise der Schüler_innen. Durch den Werkstattcharakter kann ein neuer Sprachcode etabliert und Beziehungen können neu definiert werden. Die Zukunftswerkstatt bietet einen Raum für Feedback, neue Konzeptentwicklung, überarbeitete Lehrmethoden sowie beispielsweise das Erlernen digitaler Kenntnisse – also die Planung eines zeitgemäßen Unterrichtes auf Augenhöhe.



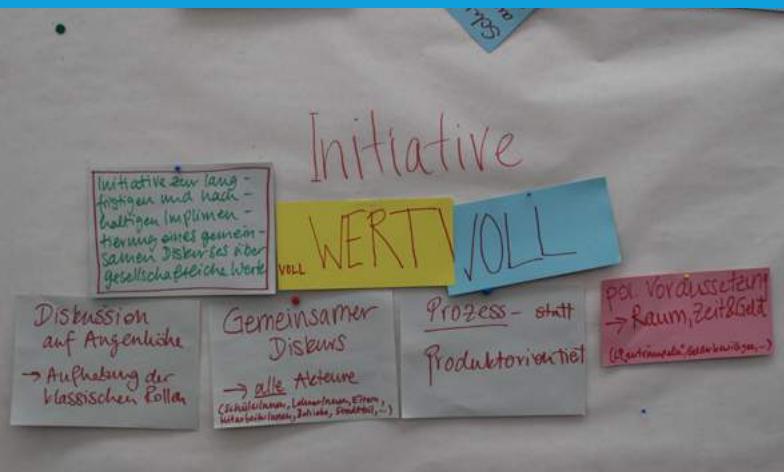
„Lehrkräfte und Schüler_innen sind oft sehr frustriert, weil sie einfach nicht mehr zusammenfinden. Lehrkräfte sollen die Welt der Jugendlichen verstehen und es soll eine neue Beziehung zwischen ihnen entstehen. Die Schule soll ein Ort werden, wo man gerne hingehet.“



Die **Insgesamtschule** hebt die linearen Lehrpläne auf und schafft sogenannte Lernräume und -büros für unterschiedliche Fächer, in denen man sich ortsgebunden und eher projektorientiert weiterbildet. Auch Kreativräume, Labor, Sporthalle, PC-Werkstatt, Garten sowie Lehrerschule, Bürgerzentrum und Betriebe sind Teil des Konzeptes. Strukturell geht es um die Idee von lebenslangem Lernen, die Eltern und Schüler_innen beispielsweise als gegenseitige Lernbegleiter_innen ansieht. Die Schüler_innen werden zur Selbstständigkeit beim Lernen motiviert, indem es um Kompetenzerlernung statt Wissensabfrage geht.



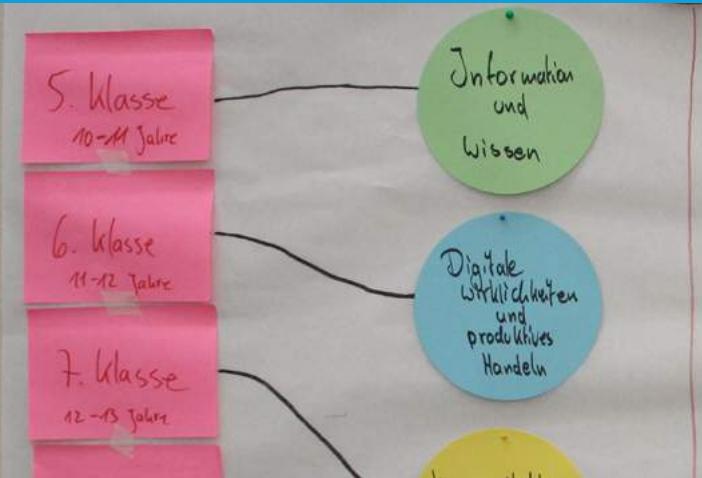
„Schüler_innen sollen mit Freude und für sich selbst lernen. Bei unserem Konzept stehen Schüler und Schülerin im Mittelpunkt.“



Initiative Wertvoll ist eine außerschulische, aber beratende Initiative zur langfristigen und nachhaltigen Implementierung eines Diskurses über gesellschaftliche Werte. Sie setzt auf die politische Unterstützung und Bereitstellung notwendiger Ressourcen und eine prozessorientierte Zusammenarbeit aller Akteur_innen – also die Begegnung von Schüler_innen, Lehrkräften, Eltern, Betrieben und Arbeitskräften auf Augenhöhe.



„Werte sollen liebens- und lebenswert sein!“



Whats up Media?! schafft durch einen jährlich stattfindenden Projekttag zum Thema Medienkompetenz und Mediensicherheit, der deutschlandweit in Schulen stattfindet, einen neuen **Lernraum der Zukunft**. Jährlich werden vom Staat gesetzte Themen mit Medienfokus bearbeitet. Dabei arbeiten die unterschiedlichen Klassenstufen zu Themenclustern zusammen, bei denen es um Anerziehen von eigenmächtiger Handlungsmotivation, Informationserbringung, Kommunikationskompetenz, Reflektionsfähigkeit und das Zurechtfinden in der (Berufs-)Welt geht. Die Expertise erfolgt unter anderem durch Zusammenarbeit mit Branchenplayern.

„Unser Modell orientiert sich an der magischen Pyramide der Medienkompetenz – dem Staat, den Lehrkräften, Schüler_innen und Eltern –, die alle gleichermaßen an der Vermittlung partizipieren müssen.“



In dem **Smartroom** – dem **Lernraum der Zukunft** – sind die Lehrkräfte nur noch mentorenhaft tätig. Das Lernkonzept orientiert sich an Projekten und sieht vor, dass statt Frontalunterricht praktische Partner und Unternehmen oder Institute als Expert_innen eingesetzt werden, um Wissen kompetent zu vermitteln und gleichzeitig zu veranschaulichen. Die Räume sind zudem komplett digital ausgestattet und fungieren gleichzeitig als umfangreiches Archiv. Aus der Komplexität, dem Aufwand und den Ergebnissen der jeweiligen Projekte werden die Noten der Schüler_innen ermittelt.

„Wir wollen in Zukunft keine Klassen mehr haben, sondern einen Lernraum mit prozessorientierten Projekten.“



Das **Portal für Kreativwirtschaft Zai Doo** ersetzt die klassische Jobbörsen und matched Bewerbernde und Arbeitgebende anonym nach stimmigen Persönlichkeitsmerkmalen. Dazu wird ein Persönlichkeitstest durchgeführt und ein entsprechendes Profil erstellt. Hintergrundgedanke ist hier, dass Teams immer aus unterschiedlichen Persönlichkeiten zusammengesetzt sind und Unternehmen auf diese Weise genau die passenden Personen finden können, die in ihrem Team gerade fehlt. Arbeitssuchende finden auf der anderen Seite eine Arbeitsumgebung, in der sie sich wohlfühlen, weil sie zu ihnen passt.

- A - Hinsetzen
- B - Stehen bleiben
- C - Stehen bleiben und Arme hoch

Du planst eine Fahrradreise durch Polen. Was machst du?

- A) Du buchst alle Übernachtungen.
- B) Du suchst dir im Vorfeld einige Hostels/Hotels auf der Route.
- C) Du fährst los.

„Jeder unterwirft sich einer sozialen Erwünschtheit – und das bringt eigentlich gar nichts, weil sich die Bewerbenden total verbiegen.“



Mit der **Angry Birds-Methode** hat ein Team eine Idee zur Innovierung und **Digitalisierung des Verwaltungssektors** verfolgt. Um der bestehenden Arbeitskultur keine fremde Digitalkultur aufzuzwingen (Bestrafungssystem) wird durch Unterstützung und Motivationsmomente ein Belohnungssystem geschaffen, mit der die Umstrukturierung hin zur Digitalisierung selbst motiviert erfolgen kann. Beispielweise dient ein Gutschein für ein kulturelles Event als Belohnungsmaßnahme.



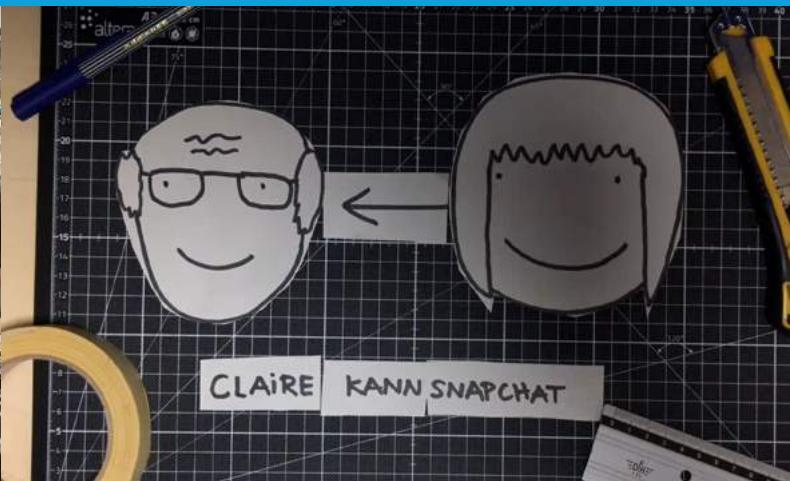
„Mit 49km/h in einer Ortschaft geblitzt werden und eine Belohnung bekommen – wer freut sich da nicht? Unser Anpruch ist, eine Gesellschaft von einer Strafkultur hin zu einer Belohnungskultur zu entwickeln.“



Das Team zur **Investition in Bildung** hat sich unterschiedliche Investitionsfelder überlegt, die innoviert werden sollten – darunter lebenslanges Lernen für Lehrende, die Sicherung und das Verständnis der Bildung als Privileg, modulare Kostensysteme zur Finanzierung des Bildungssystems und der Investition gegen strukturelle Gewalt. Eine Prototypen-Idee ist dabei die sogenannte offene Schule, zu der Schüler_innen einmal die Woche gehen, um in jeweils rotierenden Formationen gemeinsam spielerisch zu lernen.

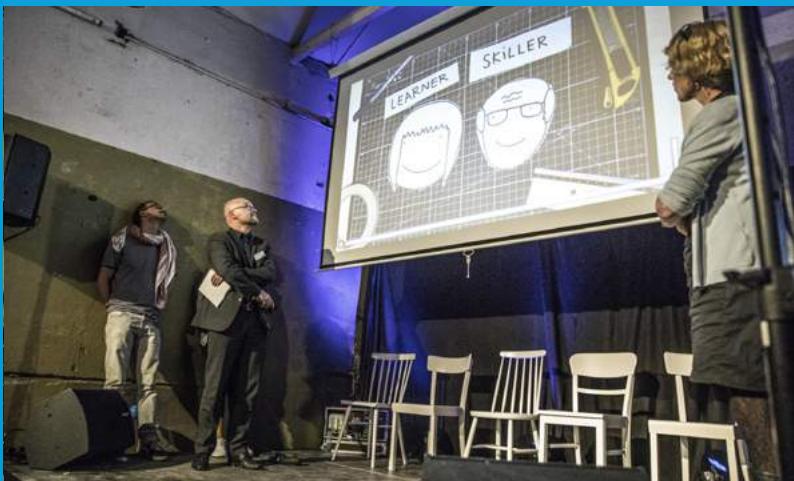


„Allein die Aufteilung der Schüler_innen in Gymnasium, Haupt- und Realschule empfinden wir als strukturelle Gewalt, die in der Bildung vorherrscht. Das wollen wir ändern, das kann nicht so bleiben!“



Mit **könnenteilen** findet **gesellschaftliches Lernen** im Quartier statt. Unter dem Motto SKILL YOUR LIFE haben alle Menschen digitale oder analoge Kompetenzen, die sie miteinander teilen und weitergeben können. Dieser Austausch macht alle zu Skillern und Lernern gleichzeitig – und ermöglicht Lernen im Verein, der Firma, dem Wohnzimmer, Museum und der Schule.

Link zum Präsentationsfilm:
https://youtu.be/6a7_JSbu1



„Jeder und jede kann was. Alle teilen. Alle profitieren. Digital, analog – egal.
Hauptsache zusammen lernen!“



Die Gruppe zu **Eigenverantwortung der Gesellschaft** appellierte an das Scheitern als notwendigen Teil von Prozessen. Sie erarbeitete Wünsche an die unterschiedlichen drei Sparten Gesellschaft, Bildung und Industrie. Im Bildungssektor sollen Kinder über fachbezogenes Wissen hinaus Werte wie Mut, Vertrauen, Umgang mit Unsicherheiten sowie Moralverständnis vermittelt bekommen. Der Appell an die Gesellschaft war: Akzeptanz, vernünftiger Umgang mit Angst, Wertschätzung für Mut und Anerkennung für Fehler. Und der Wunsch an die Wirtschaft, Strukturen neu zu denken und zu gestalten, damit die Potenziale der nachwachsenden Generation flexibel genutzt werden können.



„Es ist wichtig, dass wir eine Gesellschaft haben, die Scheitern zulässt.“



Die **Entschleunigung der Gesellschaft** thematisierte das zuständige Team, indem es den Workflow von einzelnen Personen in den Fokus rückten. Das Vertrauen auf die persönliche Taktung ist hierbei der Schlüssel für erfolgreiche Arbeitsprozesse. Denn tagesformabhängiges Tempo führt im Idealfall zu einem Gleichgewicht von hoher und niedriger Taktung im Alltag – privat sowie beruflich.



„Wir wünschen uns eine Akzeptanz des individuellen Taktgefühls in der Gesellschaft.“



Der **Arbeitszeitwürfel** bietet mit unterschiedlichen Arbeitsphasen eine Lösung für die individuelle Strukturierung von Arbeitszeit, die durch die Verbindung mit einer App für alle Kolleg_innen einsehbar ist. Arbeitsbeschreibungen werden mit Zeitaufteilung gekoppelt und in einem iterativen Prozess immer wieder überprüft und neu ausgehandelt. Somit können alle Arbeitnehmenden ihre Arbeitszeit in für sie sinnvolle und somit auch effiziente Phasen einteilen.

„Wer? Wann? Wo? Wieviel? Wie? Wann?“

Gesellschaftsrat

Ein **Gesellschaftsrat** ist eine institutionalisierte **Gesellschaftsvertretung** in Betrieben, Unternehmen und Konzernen. Der Gesellschaftsrat hilft den genannten Organisationen dabei, gesellschaftliche Verantwortung zu formulieren und umzusetzen. Der Gesellschaftsrat besteht zu gleichen Teilen aus organisationen Internen sowie Vertretern der Gesellschaft.

Wie stark die Ausprägungen des Gesellschaftsrates gesetzlich verankert sind, ist in den einzelnen Staaten sehr verschieden. In Deutschland und Österreich ist der Gesellschaftsrat ein **Organ zur Mitbestimmung und Vertretung der Arbeitnehmerinteressen**, der auch an betrieblichen Entscheidungen Beteiligung hat. Die gesetzliche Relevanz hingegen schwächer. Rechtliche Grundlage in Deutschland ist das Betriebsverfassungsgesetz. Der Gesellschaftsrat besteht zu gleichen Teilen aus Vertretern des Betriebes mit mindestens fünf ständigen und wahlberechtigten Arbeitnehmern.

Die betriebliche Mitbestimmung ist in den Kapitalgesellschaften der Betriebe des privaten Rechts. Für öffentliche Dienststellen und Verwaltungen ist der Gesellschaftsrat ein Organ der Religionsgemeinschaften und ihrer karitativen oder erzieherischen eigner Kirchengesetzgebung eine so genannte Mitarbeitervertretung berufen.

Wir vom Gesellschaftsrat helfen dabei, dass Unternehmen Ihre gesellschaftliche Verantwortung erkennen und umsetzen können.

Inhaltsverzeichnis [Verbergen]

1 Rechtliche Grundlagen

Der Gesellschaftsrat ist eine institutionalisierte Gesellschaftsvertretung in Betrieben, Unternehmen und Konzernen. Er hilft den genannten Organisationen dabei, gesellschaftliche Verantwortung zu formulieren und umzusetzen – und besteht zu gleichen Teilen aus Organisationinternen sowie Vertreter_innen der Gesellschaft. Damit schafft er eine Brücke zwischen Wirtschaftlichkeit und gesellschaftlicher Verantwortung und stellt ein innovatives Beratungsinstrument dar.



„Unternehmen haben Pflichten und eine gesellschaftliche Verantwortung. Unser Tool ermöglicht das Wahrnehmen dieser Aufgaben.“



Die **BÄM!** Azubi-Crew bietet ein interdisziplinäres **Azubi-Camp** an, bei dem hundert Auszubildende mit Mentor_innen und in Zusammenarbeit mit Unternehmen ihre Stellen ausarbeiten und neu schaffen. Das **Azubi Generale** ersetzt ein FSJ, indem Auszubildende ein Jahr lang in fünf verschiedenen Ländern an zwölf verschiedenen Projekten arbeiten. Um attraktiv und praxisnah auszubilden, wird eine Zusammenarbeit mit Prominenten und großen Branchenplayern angestrebt.

The image shows a screenshot of the BÄM! Azubi CAMP website. At the top is the logo 'BÄM!' in large, stylized blue letters, followed by 'Azubi CAMP' in a smaller black sans-serif font. Below the logo is the tagline 'Erfinde deine Ausbildung neu!' and the text '7 Tage * 100 Azubis * 10 Coaches'. There are three main content sections with images and text: 'Tools of the future' (with a person working on a robot), 'Stellenausschreibung? Wozu gibt es die noch?' (with a person working on a drone), and 'Zertifizierungen sind out!' (with two people smiling). Each section has a 'Weiterlesen' button at the bottom.

„Azubis sollen ihren Ausbildungsplatz nach ihren Wünschen neu erfinden.“



In Fehlern steckt Innovationskraft und Entwicklungspotential. **Calamity** ermöglicht Organisationen, Fehlerkulturen zu reflektieren und sich zu bewegen. Der Prototyp ist ein Baukasten-Konzept: Ein 3D-Puzzel aus Schlagworten wie Struktur, Qualität, Emotionen und Zielen, das ein ständiges Überdenken und Justieren möglich macht. Workshops sollen zur Eröffnung eines Dialogs und zur Sensibilisierung des Themas beitragen, damit Transparenz und neue Räume des Austausches in Unternehmen geschaffen werden. Außerdem ist es ein Instrument, um wiederkehrende Prozesse zu reflektieren sowie Ist- und Soll-Zustände zu veranschaulichen.

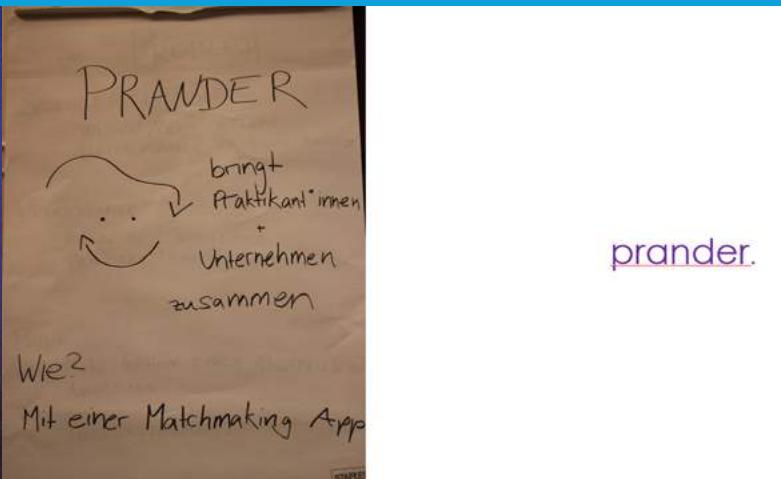


„Wir scheitern uns eine Fehlerkultur! Denn Fehler machen muss ermöglicht werden, damit Innovation entstehen kann.“



Die Gruppe der **alternativen Organisationsformen** hat sich mit Methoden zur Neuaufstellung von Firmen beschäftigt. In einem einjährigen Reflektionszirkel werden Werte, Arbeitsformen, Ziele und Visionen (individuelle sowie organisationsorientierte) entwickelt sowie Handlungsempfehlungen ausgearbeitet und mit ihnen experimentiert. Als innovative Methoden stehen Problemchief als Instrument, Walk&Talk als Reflektionsmoment und kollegiale Beratung parallel zum Arbeitsprozess zur Verfügung. Ebenso können digitale, direkte Feedbackmöglichkeiten unter Kolleg_innen, sichtbare Prioritätenchart zur transparenten Arbeitsaufteilung sowie Unternehmensparlamente als Empowermentmöglichkeit genutzt werden.

„Wie kann ein KMU sein Personal befähigen, Werte, Strukturen und Prozesse zu hinterfragen?“



prander.



Als Matching-App bringt **prander** Praktikant_innen und Unternehmen nach dem tinder-Prinzip zusammen. Zur Berufsorientierung wird eine halbjährige Zusammenarbeit mit Schulen forciert. Zehntklässler_innen wird das App-System bereits vorgestellt, in der elften Klasse werden Schüler_innen dann in sogenannten Match-Camps mit Unternehmen bekannt gemacht, können sich informieren – und im besten Falle Berufsfelder auswählen, in denen sie ein Praktikum absolvieren. Ein zweites Camp dient als Orientierungs- und Reflektionsphase, der sich wieder ein praktischer Abschnitt anschließt. So können Schüler_innen gut vorbereitet in die Oberstufe gehen und ihre Neigungsfächer basierend auf den praktischen Erfahrungen der letzten sechs Monate wählen.

„prander ist ein Startup mit der Mission, Unternehmen und Praktikant_innen zu verknüpfen.“

Alle Teilnehmenden waren mit Ideen zum Innovationscamp gekommen, wie Gesellschaft, Schule oder Unternehmen in Zukunft aussehen könnten. Verlassen haben viele das Innovationcamp mit konkreten Visionen, wie sie Zukunftsthemen in ihrer eigenen Arbeitsumgebung mitgestalten wollen.

Die präsentierten Visionen der Teilnehmenden werden dem Status quo in Firmen und dem Bildungswesen mit konkreten Lösungsansätzen gegenübergestellt: Strukturelle Gewalt im Schulsystem versus einer Insgesamtschule mit Schüler_innen-Studierenden-Tandems oder ein Austausch zwischen verschiedenen Bildungssystemen statt Klassenfahrten. Auch

das BÄM! Azubi-Camp, der Gesellschaftsrat oder prander beschreiben klare kollaborative Zukunftsvisionen in ausgearbeitete Prototypen.

Durch die intensive Arbeit mit Methoden der Kultur- und Kreativwirtschaft an konkreten Zukunftsmodellen konnten alle ihre Ideen einbringen und gleichzeitig den eigenen Erfahrungsschatz erweitern. Das wichtigste Ergebnis des Innovationcamps ist: Alle Teilnehmenden haben neue Impulse und Ideen, neue Perspektiven und Herangehensweisen mit nach Hause genommen.



INNOVATION CAMP BREMEN SPEICHER

Veranstalter:



Organisation vor Ort:



Kooperationspartner:



„Also unterschiedlicher kann man eine Gruppe glaub ich nicht würfeln als wir das heute gemacht haben. [...] Das war so eine Art Mikrokosmos der modernen Gesellschaft, wo Alt und Jung – alte Arbeit und neue Arbeit – miteinander in Verbindung treten konnten. [...] Und wir haben gezeigt, dass man mit relativ wenig Zeitaufwand durch Methoden aus der Kultur- und Kreativwirtschaft unglaublich viel Fantasie freisetzen und Utopien entwickeln kann, die auch realistische Outputs generieren.“

Christoph Backes, Projektleiter vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes



In einem offenen Innovationsprozess wurde zwei Tage lang in Kleingruppen und verschiedenen Arbeitsphasen gebrainstormt, geredet, geschrieben, gestaltet – und schließlich wurden neue Prototypen oder Lösungskonzepte vorgestellt.

Der Workshophase war ein offener Findungsprozess vorgelagert, um relevante Themen zu diskutieren, zu bewerten und die konkreten Inhalte und Fragestellungen der Workshops gemeinschaftlich zu bestimmen.

Ziel war, anhand eines kollaborativen Prozesses neue Denkweisen und Lösungsansätze für Herausforderungen der Zukunft von Arbeit und Qualifizierung zu

entwickeln. Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) mit ihrer Kompetenz, Perspektiven zu wechseln, war dafür der ideale Partner.

Das Format vermittelte erfolgreich, dass die Akteur_innen der Kultur- und Kreativwirtschaft Methoden und Arbeitsweisen bereithalten, um Bewegung in komplexe Debatten mit zahlreichen Stakeholdern zu bringen. Indem sie querdenken, Impulse setzen, Aspekte hervorheben und die praxisrelevante Umsetzung neuer Ideen in Prototypen forcieren, stellen sie Verknüpfungen zwischen Teilnehmenden und Themen her.

Im Ergebnis erhielten Lehrende und Professor_innen, Schüler_innen und Studierende, Unternehmen und Ausbildende eine Vielzahl konkreter Ansatzpunkte zur innovativen Gestaltung und Verschränkung von Bildungsweg und Arbeitswelt. Insofern eignete sich das Format des Innovationcamps, um das Bewusstsein zu schärfen, dass und wie Dinge gemeinsam vorangebracht werden können. Dies befördert weiterführende Kollaborationen zwischen Akteur_innen aller Bereiche.

Final können Schlüsselbegriffe benannt werden, die für den Erfolg des Formats wichtige Aspekte darstellen.

Planung: Das Innovationcamp ist ein sehr effektives, aber auch komplexes Vorhaben. Idealerweise wird die Planung und Umsetzung von Expert_innen begleitet, die bereits praktische Erfahrung in dem Thema und mit dem Format haben.

Format: Je flexibler und offener das Format gestaltet werden soll, desto klarer sollte die strukturelle Setzung in Bezug auf Ablauf, Prozesse und Methoden sein, um Empowerment hervorzurufen. Ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeitsphasen, Impulsen und Pausen ist wichtig, um Querdenken, von- und miteinander Lernen, Vernetzen und konzentriertes Arbeiten zu ermöglichen.

Atmosphäre: Die Wirkung von passender Musik und gutem Essen ist nicht zu unterschätzen. Interessante Exponate aus der Kultur- und Kreativwirtschaft helfen beim Einstieg in die Thematik, machen diese praktisch erleb- und erfahrbar und bringen die Teilnehmenden zusammen.

Ort: Der Ort sollte sowohl die klassisch-technischen Voraussetzungen für einen Workshop bieten als auch kurzfristig flexibel zu anderen Formationen umgebaut werden können und Platz für weitere inspirie-

rende Veranstaltungselemente wie bspw. eine begleitende Ausstellung bieten.

Rahmung: Ebenso sollten die Räume möglichst inspirierende, freie Fläche bieten, um in den Pausen Vernetzung und informelle Gespräche zu begünstigen. Es wirkt sich positiv auf die Arbeitsergebnisse aus, einen Rahmen zu wählen, der es ermöglicht schnell eine vertrauensvolle Atmosphäre zwischen den sehr unterschiedlichen Teilnehmenden herzustellen.

Kooperationspartner vor Ort: Von der thematischen Recherche vor Ort zum konzeptionellen Sparringspartner, Aktivierung von Presse und Netzwerken, Locationsuche, Buchen von helfenden Händen u.v.m. – die richtigen Partner vor Ort sind elementar für die Organisation, Durchführung und somit den Erfolg des Camps. Lokale Partner sind mit den lokalen Gegebenheiten und gegebenenfalls der Mentalität vor Ort vertraut.

Teilnehmende: Das Camp lebt von den vielen verschiedenen Perspektiven der Teilnehmenden. Es erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit maßgeblich, wenn die Teilnehmenden viele Aspekte des Themas abdecken können. Die Auswahl der Teilnehmenden sollte

entsprechend im Hinblick auf die zu bearbeitenden Fragestellungen und Vielfalt in der Gruppe erfolgen.

Netzwerke: Es empfiehlt sich außerdem, Partner mit geeigneten Netzwerken einzubinden. Eine kuratierte und ausgewogene Zusammensetzung von Personen sowohl der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch der anderen Branche erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit maßgeblich.

Offenheit: Die Teilnehmenden sollten die Möglichkeit haben, die gewählten Themen gemeinsam zu erarbeiten und im Konsens zu bestimmen, zu welchen Themen Ideen ausgearbeitet werden. Nur wenn die Teilnehmenden das Gefühl haben, dass die Themen Relevanz für sie haben, arbeiten sie auch motiviert an Lösungen.

Motivation: Es braucht demnach eine vertrauensvolle Atmosphäre und Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Je mehr sich die Teilnehmenden öffnen, umso so motivierter und gezielter werden sie sich einbringen.

Umsetzung: Es braucht einen Plan, wie mit den Ergebnissen weitergearbeitet wird, um nicht das Gefühl aufkommen zu lassen, Ideen ausschließlich für

die Schublade zu entwickeln. Deswegen empfiehlt es sich, die Fallgebenden als Kooperationspartner frühzeitig in den Planungsprozess und eng in die Umsetzung des Camps einzubinden.

Themensetzung: Die zu bearbeitenden Themen und Fragestellungen sollten während der Findungsphase so präzise wie möglich gefasst werden, damit während der zeitlich begrenzten Arbeitsphasen konzentriert und effektiv auf konkrete Lösungen hingearbeitet werden kann. Dass sich die Fragestellungen während der Arbeitsphasen gegebenenfalls verändern, sollte von vorneherein als möglicher Teil des Prozesses kommuniziert werden.

Verbindlichkeit: Ebenso sollte sich vorab über eine Verbindlichkeit geeinigt werden – denn im Rahmen des Camps werden Ideen entwickelt. Es muss im Vorfeld klar und transparent geregelt werden, wie mit dem geistigen Eigentum umgegangen wird.

Impulse: Impulse von Expert_innen aus verschiedenen Branchen erweitern die Perspektive aller Teilnehmenden und sorgen dafür, dass alle das Camp mit einem Mehr an Inspiration verlassen. Die Impulse sollten zeitlich so in den Ablauf integriert sein, dass sie die je-

weilige Arbeitsphase der Teilnehmenden bestmöglich unterstützen. Sie sollten in Inhalt und Form das aktive und kollaborative Format des Innovationcamps unterstützen.

Mentorenschaft: Für die Ideenfindung und das Lot-sen durch die Arbeitsphasen ist es hilfreich, wenn zu den Kleingruppen der Teilnehmenden ausgewählte Akteur_innen als Mentor_innen geladen werden, die Erfahrung mit Innovationsprozessen haben. Aus der Kultur- und Kreativwirtschaft kommende Mentor_innen sind in der Lage Perspektivwechsel anzuregen und die Potenziale aller Teilnehmenden durch ihre kreativen Methoden zu heben. Diese sind nicht Teil einer Gruppe, sondern unterstützen den Gesamtprozess.

Methoden: Das Vermitteln neuer, kreativer Methoden an die Teilnehmenden hilft bei der Ideenfindung und Gestaltung von Arbeitsprozessen. Die Anwendung künstlerisch-kreativer Methoden versetzt die Teilnehmenden in die Lage, neue Blickwinkel auf die Fragestellung einzunehmen und so zu Lösungen zu gelangen, die mit herkömmlichen Ansätzen nicht erreicht werden können. So entsteht durch das Nutzen-barmachen der Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft zusätzlicher Mehrwert für jeden und jede



Teilnehmer_in. Ziel des Methodenkoffers sollte es sein, die Potenziale aller Teilnehmenden bestmöglich zu aktivieren.

Perspektivwechsel: Schlussendlich geht es um einen erfolgreichen Perspektivwechsel. Erst das Verlassen bekannter und eingefahrener Denk- und Verhaltensmuster ermöglicht das Entwickeln von Lösungsansätzen für komplexe Herausforderungen. Die Akteur_innen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Expert_innen darin, neue und durchaus auch ungewöhnliche Be-trachtungsweisen einzunehmen – und daher wertvolle Innovationspartner für andere Branchen.

STIMMEN DER TEILNEHMENDEN



„Total toll! Ich finde die Atmosphäre schön, es ist einfach unbeschreiblich...“



„Was mich total überrascht hat war, dass die Themen so konkret umgesetzt und präsentiert wurden und man dann auch wusste, wieviel verschiedene Themen es gab.“



„Ich war von der Moderation, der Technik und der Art der Diskussion beeindruckt. Ich fand es sehr gut, dass wir uns in Dreiergruppen zusammengetan haben und direkt Austausch stattfand.“







ARBEITS SPEICHER



Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Konzept

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes
u-institut Backes & Hustedt GbR

Johannes Tomm
Katja Armbrockner

Jägerstraße 65
10117 Berlin
T 030 20 88 91-18 / -16
E kontakt@kreativ-bund.de
presse@kreativ-bund.de

www.kreativ-bund.de
www.facebook.com/KompetenzzentrumKulturKreativWirtschaft/

LINKS

Aftermovie ARBEITSSPEICHER
<https://www.youtube.com/watch?v=g0VpRtKnf84>

Umsetzung

VomHörenSehen
Am Deich 86
28199 Bremen
T 0421 59497982
info@vomhoerensehen.de
www.vomhoerensehen.de

Redaktion und Text

Anika Fenske, Lars Kaempf, Lena Döring
vomhörensehen

Fotos

Marlena Waldthaus

Gestaltung

Lars Kaempf
vomhörensehen

Druck

WIRmachenDRUCK GmbH

Film der Arbeitsgruppe **könntenteilen**
https://youtu.be/6a7_Jsbu1Xk

