

Methodentipp für Lehrer*innen

Fremdbilderkundung

Die Außen-Wahrnehmung von Organisationen erkunden

LdE-Qualitätsstandards:	Realer Bedarf, Partizipation
Fokus:	Eine Engagementidee entwickeln
Dauer:	45 Minuten

Kurzbeschreibung

Durch die **Befragung** von Stadtteilbewohner*innen und Jugendlichen bestimmen die Schüler*innen das **Image von Organisationen**, die bei ihnen vor Ort tätig sind (z. B. Jugendclub, Theater, etc.). Die Methode ist sinnvoll, wenn schon der Kontakt zu einem*einer Engagementpartner*in besteht und die Schüler*innen **den Bedarf für ein Engagement ermitteln** wollen.

Ablauf

Vorbereitung

- Wir empfehlen vor der Fremdbilderkundung mit dem*der Engagementpartner*in zu sprechen. Hierdurch können die Schüler*innen herausfinden, vor welcher Herausforderung die Organisation steht. Einerseits könnten die Schüler*innen dann Fragen zu genau dieser Herausforderung formulieren, andererseits kann es auch ein spannender Abgleich sein, inwiefern sich die Selbst- und die Fremdwahrnehmung decken.
- Je nach Alter der Schüler*innen könnten Sie die Einverständniserklärung der Eltern benötigen, dass die Schüler*innen selbstständig Befragungen im Stadtteil durchführen.

Beispiel:

Schüler*innen möchten sich für mehr Nachhaltigkeit engagieren und haben beschlossen mit dem lokalen Eine-Welt-Laden zu kooperieren. Im Gespräch mit der Leiterin finden sie heraus, dass sie zwar eine kleine Gruppe treuer Kund*innen haben, aber gerne die Breite im Viertel ansprechen würden.

Durchführung

1. Sammeln Sie mit den Schüler*innen Fragen zum Beispiel mit der Hilfe von Placemats.
2. Einigen Sie sich im Plenum auf Fragen für die Fremdbilderkundung. Wir empfehlen unter sechs Fragen zu bleiben.
3. Die Schüler*innen befragen in Kleingruppen Passant*innen im Umkreis einer ausgewählten Organisation. Die Befragung sollte in der nächsten Umgebung der Organisation stattfinden.
4. Werten Sie die Befragung im Unterricht aus. Diese Auswertung kann ein guter Ausgangspunkt für eine Engagementidee sein.

Beispiel:

Die Befragung der Passant*innen zeigt: einige Personen sind begeistert von dem Konzept des Ladens. Andere bezweifeln, ob der Eine-Welt-Laden wirklich zu mehr Nachhaltigkeit beiträgt. Bei einigen Befragten wurde deutlich, dass sie überzeugt sind, der Eine-Welt-Laden habe nur unmoderne Kleidung.

Nach der Auswertung beschließen die Schüler*innen einen Informationsstand zu Nachhaltigkeit vor dem Eine-Welt-Geschäft aufzubauen und sie starten die Instagram-Kampagne „Second Hand – First Choice“ um die Schmuckstücke des Eine-Welt-Ladens weiter sichtbar zu machen.

Hinweise

Die Methode bietet einen guten Gesprächsanlass für eine Reflexion, wie unterschiedlich gemeinnützige Organisationen von Menschen im Umfeld wahrgenommen werden können.

Lesetipp

Seifert, Anne, Zentner, Sandra & Nagy, Franziska (2019). Praxisbuch Service-Learning: Lernen durch Engagement an Schulen (2. Auflage) . Weinheim, Basel: Beltz Verlag

IMPRESSUM

Herausgeberin



Stiftung Lernen durch Engagement – Service-Learning in Deutschland SLIDE gGmbH
Brunnenstr. 29 | 10119 Berlin
www.lernen-durch-engagement.de
www.facebook.com/StiftungLdE | www.twitter.com//StiftungLdE

Hinweise zum Urheberrecht und zur Nutzung der in diesem Dokument enthaltenen Inhalte



Texte

Sofern im Dokument nicht anders angegeben, stehen die Texte dieses Dokumentes unter der folgenden Lizenz: Creative Commons Namensnennung-Share Alike 4.0 International Public License, abrufbar unter <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>. Eine Nutzung der Texte darf nur unter Einhaltung der Lizenzbedingungen der vorgenannten Lizenz erfolgen.

Bildmaterial, Icons und Logos

Sofern im Dokument nicht jeweils ausdrücklich angegeben, stehen sämtliches Bildmaterial, Icons und Logos **nicht** unter einer Creative Commons Lizenz. Jede Nutzung von Bildmaterial, Icons und Logos bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Stiftung Lernen durch Engagement. Bitte richten Sie Ihre Lizenzanfragen an: kommunikation@lernen-durch-engagement.de.