



EXPLORATIONSWORKSHOP

Hochschulen als Schlüsselakteure für Nachhaltigkeit

- » Über welche individuellen Stärken und Potenziale verfügt eine Hochschule, um ihr spezifisches Nachhaltigkeitsprofil zu entwickeln?
- » Welche Rolle nehmen Hochschulen für die Entwicklung einer nachhaltigen Gesellschaft ein? Welchen Beitrag können sie leisten?



ZIELGRUPPEN

- » Hochschulleitungen und Entscheidungsträgerinnen und -träger
- » Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller relevanten Statusgruppen (Lehrende, Professorinnen und Professoren, wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung)
- » Studierende & Alumni



WIRKUNGSZIELE

- » Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlangen ein vertieftes Verständnis für die Herausforderungen und Möglichkeiten ihrer Hochschule, Nachhaltigkeit zu einem zentralen Ziel der Hochschulentwicklung zu machen oder bestehende Aktivitäten kreativ-explorativ weiterzuentwickeln.
- » Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verstehen die Bedarfe, Bedürfnisse, aber auch Hürden der Zielgruppen und Stakeholder, um die Gestaltung einer nachhaltigen Hochschule aktiv voranzubringen.
- » Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer analysieren die Eigenschaften des systemischen Umfelds, in dem sich die Hochschule bewegt; zum Beispiel um Stärken für ein individuelles Nachhaltigkeitsprofil zu erarbeiten und die Beweggründe der relevanten Stakeholder besser zu verstehen.
- » Die Potenziale der Hochschule hinsichtlich des Profils, Ökosystems, Netzwerks und gesellschaftlicher Trends ("Wohin geht die Reise im Kontext Nachhaltigkeit?") werden erarbeitet und offengelegt.
- » Daten werden erhoben und analysiert, um gesicherte Annahmen zum Ist-Zustand des Entwicklungsstandes der Hochschule zum Thema Nachhaltigkeit zu treffen.
- » Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entwickeln mit Innovationsmethoden erste kreative und visionäre Ansätze für den anschließenden Strategieprozess.



BESCHREIBUNG

- » Der Explorationsworkshop steht idealerweise am Anfang des Prozesses, die Hochschule zum Schlüsselakteur der Nachhaltigkeit auszubauen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben Gelegenheit, bestehende Annahmen zu überprüfen und spätere Handlungsfelder der strategischen und organisationalen Veränderung zu konkretisieren.
- » In Analogie zum Ablauf eines nutzerzentrierten Design Thinking-Prozesses steht in dieser ersten Phase das *Verstehen* im Vordergrund. Dafür werden die Bedürfnisse und Bedarfe von Zielgruppen erfasst (bspw. durch Interviews und Datenerhebung, Persona-Entwicklung, User Journeys) und die Stakeholder des Ökosystems analysiert.



UMFANG

- » zweitägiger Workshop
- » Der Umfang und die Dauer des Explorationsworkshops können individuell angepasst werden
- » je nach Bedarf digital oder in Präsenz



KOSTEN

- » Für ein individuelles Angebot kontaktieren Sie uns gern



KONTAKT

Johanna Ebeling
Projektleiterin Stifterverband Change

T 030 322982-318
Johanna.ebeling@stifterverband.de



MEHR INFORMATIONEN
www.stifterverband-change.org





STIFTERVERBAND

- » Das Verständnis der hochschulspezifischen Herausforderungen und Potenziale im Kontext wird erarbeitet und geschärft: In welchen der Handlungsfelder Forschung, Lehre, Transfer, Betrieb und Governance besteht Potenzial zur Profilbildung oder Handlungsbedarf?
- » Die hochschulspezifischen Potenziale werden dabei im Kontext gesellschaftlicher Trends erarbeitet.
- » Gleichzeitig kommen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Explorationsworkshop ins *Machen*: Sie erleben in partizipativen, kreativen Ideenentwicklungsprozessen Selbstwirksamkeit und werden befähigt, selbst Ideen zu entwickeln, wie die eigene Hochschule zum Schlüsselakteur für Nachhaltigkeit sowie die eigene Organisation nachhaltig werden kann.
- » Der Möglichkeitsraum des Change-Prozesses wird in dieser frühen Phase also bewusst eröffnet, um auch „wilde“, kreative und besondere Ideen zuzulassen.
- » Der Umfang, die Zielsetzung, die konkreten Fragestellungen und die Methodenauswahl werden einzelfallbezogen mit der Hochschule abgestimmt.



METHODE & ARBEITSWEISE

- » Innovationsmethoden wie Design Thinking, Ideensprints, Theorie U u.a.
- » klassische Analyse Tools wie SWOT, STEEP u.a.
- » Future Foresight
- » Systemische Ansätze wie Systems Mapping oder Warm Data Labs
- » Methoden des systemischen Coachings
- » Kreative und partizipative Methoden
- » Datenerhebung wie Umfragen, Fokusgruppen-Interviews u.a.



STIFTERVERBAND
CHANGE
JOURNEY®