

# Leitfaden

zur gelingenden Integration realer Kundenaufträge in die Berufsausbildung von gestaltungstechnischen Assistentinnen und Assistenten, Schwerpunkt Grafik- und Objektdesign

Dieser Leitfaden ist im Rahmen der Masterarbeit „Wie gelingt echtes Lernen durch echte Aufträge? Entwicklung eines Leitfadens zur gelingenden Integration realer Kundenaufträge in die Berufsausbildung von gestaltungstechnischen Assistentinnen und Assistenten“ von Florian Kuenen entstanden. Die Ausführungen dieses Leitfadens stützen sich auf die theoretische und empirische Auseinandersetzung dieser Arbeit.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>Gelingensbedingungen zur Integration realer Kundenaufträge</b> .....	<b>4</b>
<i>Gelingensbedingung 01: Der reale Bedarf eines außerschulischen Auftraggebenden sowie die außerschulische Verwendung der Handlungsprodukte</i> .....	<i>4</i>
<i>Gelingensbedingung 02: Die curriculare Anknüpfung und grundlegende Eignung des Kundenauftrags</i> .....	<i>5</i>
<i>Gelingensbedingung 03: Die schriftliche Fixierung wesentlicher inhaltlicher und organisatorischer Absprachen und Transparenz</i> .....	<i>6</i>
<i>Gelingensbedingung 04: Die Bearbeitung des Kundenauftrags ist konkret handlungsorientiert, also schüleraktiv und reflexiv</i> .....	<i>7</i>
<i>Gelingensbedingung 05: Ein branchenübliches sowie auftragsbezogen geeignetes Lern- und Arbeitsumfeld</i> ...	<i>8</i>
<i>Gelingensbedingung 06: Enge Zusammenarbeit und gemeinsame Treffen der Beteiligten</i> .....	<i>9</i>
<i>Gelingensbedingung 07: Engagement und Verantwortung des Auftraggebenden aus dem Non-Profit und Low-Budget Bereich</i> .....	<i>9</i>
<i>Gelingensbedingung 08: Engagement, Verantwortung und auftragsbezogene grundlegende Kompetenzen der Lernenden</i> .....	<i>10</i>
<i>Gelingensbedingung 09: Bereitschaft, Engagement, Verantwortung und auftragsbezogene Kompetenzen der Lehrenden</i> .....	<i>11</i>
<i>Gelingensbedingung 10: Reziprozität sowie ein wertschätzendes, vertrauensvolles und respektvolles Klima in der Zusammenarbeit</i> .....	<i>12</i>
<b>Darstellung gelungener Fallbeispiele</b> .....	<b>13</b>
<i>falbk × Trail.View</i> .....	<i>13</i>
<i>BKTM × Jugendamt Mönchengladbach</i> .....	<i>20</i>
<i>fhbK × Denkmalbehörde Dortmund</i> .....	<i>26</i>
<i>NPBK × Gemeinde Langerwehe</i> .....	<i>33</i>

# Einleitung

Durch die Integration authentischer realer Kundenaufträge in der vollzeitschulischen Berufsausbildung von GTA lässt sich ein intentionaler, konkret handlungsorientierter und arbeitsintegrierender Lernprozess im Ernstcharakter anstoßen, der das Potenzial hat, einen wichtigen Beitrag zur Anbahnung einer umfassenden beruflichen, gesellschaftlichen, personalen und gestalterischen Handlungskompetenz zu leisten. Solche Vorhaben stehen und fallen zum einen mit dem für die Schule zur Verfügung stehenden Angebot an realen Kundenaufträgen und zum anderen mit dem individuellen Engagement der jeweiligen Lehrkräfte.

Durch die Öffnung des geschützten Raums Schule ergeben sich für die Lernenden eine Vielzahl von Gefahren, wie bspw. dem erhöhten Druck und die reale Gefahr des Scheiterns. Es ergeben sich aber ebenso eine Vielzahl von Potenzialen, wie bspw. eine erhöhte intrinsische Motivation, eine Erhöhung der Selbstwirksamkeit, berufspraktische und lebensweltliche Erfahrungen zu sammeln und vielfältige Kompetenzen realitätsnäher anzubahnen.

Die in diesem Leitfaden enthaltenen Bedingungen sind keinesfalls als zwingend herzustellende Voraussetzungen anzusehen, sondern situativ und entsprechend den individuellen Erfahrungen und Vorlieben der jeweiligen Lehrkraft anzupassen, zu präzisieren oder zu erweitern. Die Bedingungen haben keine Allgemeingültigkeit. Um eine qualitative Integration kundenauftragsorientierter Lernarrangements, unter Erhaltung der größtmöglichen Ernstsituation, zu ermöglichen, können die Gelingensbedingungen dieses Leitfadens aber eine Orientierungshilfe bieten.

# Gelingsbedingungen zur Integration realer Kundenaufträge

## Gelingsbedingung 01: Der reale Bedarf eines außerschulischen Auftraggebenden sowie die außerschulische Verwendung der Handlungsprodukte

Ausgangslage und Grundvoraussetzung für die Umsetzung auftragsorientierter Lernarrangements mit Ernstcharakter ist der **reale, nicht fiktive, Bedarf** eines **außerschulischen Auftraggebenden** an tatsächlich benötigten Produkten. Den Lernenden bietet sich so (ggf. erstmalig) die Möglichkeit im Ernstcharakter über gestalterische Mittel konkrete authentische Probleme zu lösen.

### Wie kommt man an reale Kundenaufträge von außerschulischen Auftraggebenden?

Die wohl gängigste Form des initiierenden Kontakts zur Anbahnung realer Kundenaufträge ist die persönliche Bekanntschaft von Lehrenden zu Auftraggebenden. Darüber hinaus können Kundenaufträge über aktuelle oder ehemalige SchülerInnen sowie institutionell bedingte Kontakte (Stadt, Schule, etc.) zustande kommen. Kundenaufträge von kommerziellen Unternehmen sollten aufgrund der Konkurrenzsituation vermieden werden (s. Gelingsbedingung 07). Ebenso sollte von einer aktiven Auftragsakquise abgesehen werden, da damit evtl. das Image eines günstigen Dienstleisters vermittelt wird.

**Tipp:** Hören Sie sich bei FreundInnen, Bekannten, KollegInnen und Lernenden um und achten darauf, ob grafische Produkte benötigt werden. Bspw. für Jubiläen, Neugründungen, Modernisierung oder Veranstaltungen lokaler Vereine, städtischer Behörden, anderer Schulen, lokaler Kirchengemeinden. Auch Lernende können für die Auftragsakquise sensibilisiert werden.

Die Ergebnisse der Auftragsbearbeitung werden von den Auftraggebenden **außerhalb der Schule verwendet**. Wenn schulisches Handeln potenziell praktische, außerschulische Folgen hat, wirkt sich das positiv auf die intrinsische Motivation und das Engagement der Lernenden aus. Dies ist für die Lernenden bedeutender als bspw. gute Noten. Die außerschulische Verwendung bedeutet aber auch, dass die Ergebnisse – anders als in rein schulischen Lernarrangements – den hohen Produktionsstandards qualitativ entsprechen müssen.

## Gelingensbedingung 02: Die curriculare Anknüpfung und grundlegende Eignung des Kundenauftrags

Der Kundenauftrag sollte zunächst sachlich und realistisch geprüft werden.

Die Auftragsbearbeitung findet im Rahmen der GTA Ausbildung, also im Rahmen von Schule und Unterricht, statt. Kundenaufträge sollten sich demnach an die **Anforderungssituationen der Bildungspläne anknüpfen** lassen, typisch für den Beruf sein, sowie die in den Bildungsplänen geforderten Kompetenzen fördern. Die Auftragsbearbeitung sollte **zeitliche Abfolge der didaktischen Jahresplanung passen**. Die inhaltliche Unvollständigkeit realer Kundenaufträge kann durch ergänzende Inhalte aus den Bildungsplänen kompensiert werden.

**Tip:** Sollten die regulären beruflichen Fächer keine passenden curricularen Anknüpfungspunkte bieten oder schlicht keine Zeit zur Bearbeitung realer Kundenaufträge erlauben, bieten die „weiteren Fächer“ ggf. benötigte Freiräume in der Anknüpfung, da sie weder Prüfungsfach sind noch Bildungspläne für sie existieren.

Darüber hinaus sollten die Aufträge weitere Aspekte beachten, die eine **Eignung** kennzeichnen.

Reale Kundenaufträge für GTA sollten demnach:

- einen Lebensweltbezug zu den Lernenden aufweisen,
- verständlich und zugänglich sein,
- das Interesse der Lernenden wecken,
- sowohl Lehrenden als auch Lernenden eine Freude bereiten,
- möglichst wenig bzw. angemessene Komplexität,
- einen angemessenen Schwierigkeitsgrad aufweisen,
- die Möglichkeit der Kompetenzerweiterung bieten,
- und durch genügend kreative Freiheiten einen ganzheitlichen kreativen Workflow (i. S. der Handlungsorientierung) ermöglichen.

Aus der curricularen Verankerung ergeben sich mögliche Stufen (bzw. Klassen) und Fächer, die für die Auftragsbearbeitung infrage kommen. Grundsätzlich bieten sich solche Projekte meist erst in den letzten drei Halbjahren der Ausbildung an, da die Lernenden erst dann die benötigten Kompetenzen (s. Gelingensbedingung 08) besitzen, um einen Kundenauftrag handlungsorientiert durchzuführen.

## Gelingensbedingung 03: Die schriftliche Fixierung wesentlicher inhaltlicher und organisatorischer Absprachen und Transparenz

Trotz aller anfänglichen Euphorie, potenziell einen realen Kundenauftrag in die GTA Ausbildung integrieren zu können, sollten **wesentliche Absprachen zwischen den Beteiligten getroffen, schriftlich fixiert und abgesegnet** werden. Durch die schriftliche Fixierung dieser Absprachen vermeiden die Beteiligten ungewollte Überraschungen und unklare Aufgabenverteilungen. Die Auftragsübernahme bekommt dadurch für alle Beteiligten einen offiziellen, verbindlichen Charakter – in etwa wie ein Vertrag, der jedoch nicht unterschrieben wird. Der Realitätsgehalt des Vorhabens bedeutet aber auch, dass potenziell die Gefahr des Scheiterns besteht und dies den Lernenden und Auftraggebenden **transparent** gemacht werden sollte.

Wesentliche, zwischen den beteiligten Parteien zu treffende Absprachen sind demnach das Benennen und Festlegen:

- des Ziels der Zusammenarbeit,
- aller am Auftrag beteiligten Institutionen und Personen (z. B. Auftraggebende, Lehrende, Klasse, ggf. andere Agenturen oder produzierende Firmen),
- der jeweiligen Zuständigkeiten und Aufgaben,
- des zeitlichen Umfangs (Start und Ende, inkl. großzügigem zeitlichen Puffer),
- der Formen der Zusammenarbeit (s. Gelingensbedingung 06),
- von Ansprechpersonen (inkl. Kontaktdaten),
- von verbindlichen Terminen (z. B. Datenbereitstellung, Meilensteine, Treffen, Deadlines),
- von Art und Umfang der zu gestaltenden Produkte/Medien sowie die Realisierungsvorgaben (bspw. in Form von Angaben zu Auflage, Format/Maße, Seitenumfang, Bindung, Tonalität, Farbigkeit, Material/Papier, Schriften, Druckverfahren, Bild- und Textmaterial),
- der Form der Realisierung bzw. Produktion (intern/extern),
- ggf. vom Auftraggebenden zu liefernde Daten (z. B. Texte und Bilder) und Informationen (sollte am besten vor der Auftragsannahme bereits stehen oder ist für einen Termin verbindlich zu liefern),
- ggf. Budget für Aufwandsentschädigung.

Die schriftliche Fixierung kann beispielsweise die äußere Form eines Briefings annehmen, welches gleichzeitig als Arbeitsauftrag für die Lernenden oder als Information für alle Beteiligten fungieren kann.

Kooperationen zu außerschulischen Auftraggebenden müssen stets mit der **Schulleitung abgesprochen** und offiziell genehmigt werden. Bereits beim initiierenden Kontakt bietet es sich an, die Schulleitung auf Wunsch bspw. bei E-Mails mit in CC zu setzen, sodass sie von Anfang an involviert ist.

# Gelingensbedingung 04: Die Bearbeitung des Kundenauftrags ist konkret handlungsorientiert, also schüleraktiv und reflexiv

Kundenauftragsorientierter Unterricht ist **konkret handlungsorientiert**, ggf. fächerübergreifend und orientiert sich an den Phasen der Auftragsbearbeitung. Im Sinne einer vollständigen Handlung und dem kreativen Workflow bedeutet das, dass die Lernenden in ihrem Lern- und Arbeitsprozess weitestgehend **eigenständig und kooperativ** analysieren, planen, konzipieren, realisieren, präsentieren und reflektieren.

**Hinweis:** Eine fächerübergreifende Bearbeitung ist im Sinne der Handlungsorientierung denkbar, macht das Projekt aber komplexer. Was hingegen hilfreich und vonnöten sein kann, ist eine punktuelle Unterstützung des Auftrags bei Bedarf durch kurze Lernsequenzen in einem anderen Fach, z. B. durch Programmschulungen.

Den Lernenden werden dadurch große Freiräume in der Auftragsbearbeitung einräumt und es wird ihnen ermöglicht, selbst Fehler zu machen, aus diesen zu lernen und Erfahrungen zu sammeln, was sehr motivierend wirken *kann*. Während die Lernenden über einen langen Zeitraum relativ autonom lernen und arbeiten, nimmt die Lehrperson die Rolle eines **Moderierenden** ein. Sollten die nötigen Kompetenzen (noch) nicht vorhanden sein (s. Gelingensbedingung 08) oder die Freiräume missbraucht werden, sollte der Auftrag entweder nicht angenommen werden oder die Lehrkraft muss den Lernenden sukzessive Entscheidungsspielräume einräumen und den Prozess lehrerzentrierter steuern.

**Tipp:** Sowohl bestimmte Rollen der Lernenden (z. B. Kontakter oder Leader) als auch eine Berücksichtigung der Heterogenität bzgl. der Kompetenzen in Gruppen führen zu einer noch autonomeren Bearbeitung und bei entsprechend starken Lerngruppen zu weniger Arbeit der Lehrenden.

Der gesamte Prozess sollte nach Auftragsabschluss von den Lernenden und Auftraggebenden strukturiert evaluiert und reflektiert werden. Aber auch spontane, mündliche Reflexionsphasen dienen der Sicherstellung der Prozess- und Handlungsproduktqualität. Beachtet werden können bei der **Reflexion** u. a. die Gestaltungsabläufe und ihre Ergebnisse:

- Eigenschaften des Teams (ideenreich, innovativ, zuverlässig, engagiert, belastbar, flexibel)
- Soziale Fähigkeiten (Verantwortungsbereitschaft, Kooperationsfähigkeit, Kommunikation)
- Methodische Fähigkeiten (Planung/Weitblick, effektives Arbeiten, Reflexionsvermögen)
- Bewertung von Entwürfen, Einordnung in den kreativen Workflow und Ziele der jeweiligen Phase

Es muss sichergestellt werden, dass jeder Lernende die Möglichkeit bekommt, sein **Produkt zu finalisieren**, auch wenn dies ggf. nicht den Anforderungen des Auftraggebenden genügt. Am Ende der Auftragsbearbeitung sollten dem Auftraggebenden **genügend semantisch unterschiedliche Handlungsprodukte** präsentiert werden, um die Wahlmöglichkeit und schließlich die Befriedigung des Bedarfs sicherzustellen.

## Gelingsbedingung 05: Ein branchenübliches sowie auftragsbezogen geeignetes Lern- und Arbeitsumfeld

Für die erfolgreiche Bearbeitung des Auftrags müssen die auftragsbezogen benötigten institutionellen, räumlichen und sächlichen Voraussetzungen vorhanden sein.

Die Auftragsbearbeitung findet institutionell bedingt i. d. R. innerhalb des Stundenplans statt. Idealerweise wird aber ein ganzer Tag für die Auftragsbearbeitung geblockt, damit die Lernenden **ohne Unterbrechung und ohne zeitlichen sowie materiellen Druck konzentriert und in einer kreativen Atmosphäre an dem Auftrag arbeiten** können. Auch denkbar sind Workshops oder Projektwochen.

Kundenauftragsorientierte Lernprozesse verbinden Lernen und Arbeiten. Um solche Prozesse lernhaltig zu gestalten, sind sowohl die Ansprüche von Lernprozessen als auch von Arbeitsprozessen bei der Gestaltung und Ausstattung des Umfelds zu berücksichtigen – es braucht ein **integriertes Lern- und Arbeitsumfeld**.

Der Lern- und Arbeitsprozess sollte in einem oder mehreren Räumen stattfinden, die nach dem Belieben der Lernenden **angeeignet** werden können. Das Lern- und Arbeitsumfeld darf und soll Arbeitsspuren der Lernenden tragen, in dem die Lernenden ihre Unterlagen liegen lassen, die Raumkonfiguration nach ihren Wünschen ändern und ihn mit Projektplänen und Skizzen „schmücken“ können.

Außerdem muss das Lern- und Arbeitsumfeld mit **ausreichend aktuellen, branchenüblichen, auftragsbezogen benötigten Sachmitteln** ausgestattet sein, die den Lernenden im Sinne einer offenen Werkstatt zugänglich sind. Je nach Auftrag kann dies bspw. folgende Aspekte beinhalten:

- Rechnerarbeitsplätze für jeden Lernenden und Lehrenden (inkl. branchenüblicher und auftragsbezogener Software, meist Adobe CC sowie stabiler Internetzugang),
- Beamer und Drucker,
- analoge Skizzenmaterialien,
- Anschauungs- und Informationsmaterialien (z. B. Fachbücher, Farbfächer),
- ggf. benötigte weitere räumlichen und sächlichen Ressourcen (z. B. Ruhe für Teamarbeit, Druckwerkstatt, Fotostudio).

Im Idealfall verfügen die Lernenden auch **privat über entsprechende Sachmittel** oder bekommen sie von der Schule für zuhause gestellt.

Aufgrund der höheren Verantwortung gegenüber einem externen Auftraggebenden sollten regelmäßig **doppelte Datensicherungen** (z. B. Cloud und USB-Stick) angefertigt werden.



## Gelingensbedingung 06: Enge Zusammenarbeit und gemeinsame Treffen der Beteiligten

Die Zusammenarbeit erfordert – je nach Bedarf im Auftrag – einen möglichst **engen Kontakt** der Beteiligten. Zum einen erhöht dies den Ernstcharakter eines realen Kundenauftrags, zum anderen wird so die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns im Prozess kleiner.

Die Auftraggebenden sollten mindestens bei einer **gemeinsamen Kickoff Veranstaltung** sowie bei einer **abschließenden, ggf. feierlichen, Präsentation der Ergebnisse** in Person anwesend sein (s. Gelingensbedingung 07).

Alle Termine **in Person** betonen das persönliche Engagement der Auftraggebenden und haben den Vorteil, dass die Lernenden eine direkte Rückmeldung u. a. durch Mimik und Gestik bekommen und lernen, mit Fremden zu reden, vor ihnen zu präsentieren, mit ihnen über Gestaltung zu reden, Gestaltung professionell zu beschreiben (syntaktisch, semantisch) und sie argumentativ zu verteidigen.

Förderlich ist eine angemessene Zahl an **Terminen für Rücksprachen und Zwischenpräsentationen**, die dann auch ggf. digital (z. B. Mail) oder via Telefon stattfinden können. Weitere gemeinsame Treffen, bei denen der Auftraggebende und das Geschäftsfeld des Auftraggebenden besser kennengelernt werden kann, ist für die Lernenden ggf. verständnisfördernd und somit gewinnbringend für die Auftragsbearbeitung.

Die **Kommunikation** zwischen Auftraggebenden und Auftragnehmenden sollte **gebündelt** werden und kann – je nach Kompetenz – von den Lernenden (s. Gelingensbedingung 08) oder Lehrenden übernommen werden. Sofern Auftraggebende nicht fachkundig sind, wovon i. d. R. auszugehen ist, ist u. U. eine **fachliche Begleitung** in der Anbahnung und bei der Auswahl der Endergebnisse durch die Lehrpersonen notwendig.

## Gelingensbedingung 07: Engagement und Verantwortung des Auftraggebenden aus dem Non-Profit und Low-Budget Bereich

Um Konkurrenzsituationen weitestgehend zu vermeiden, eignen sich vor allem **regionale Non-Profit/Low-Budget Institutionen** aus dem gemeinnützigen (z. B. karitativen, sozialen, kirchlichen,

bildenden, sportlichen, musischen, künstlerischen) oder städtischen Bereich (z. B. Vereine, Initiativen, andere Schulen oder Abteilungen der Stadt), die selbst wenig oder kein Budget haben, gestalterische Leistungen zu bezahlen. Daneben sollten Auftraggebende **inhaltlich und ethisch vertretbar** sein.

Die Auftraggebenden sollten im Prozess nicht nur formal beteiligt sein, sondern **engagiert** und **präsent** sein, indem sie in Person zu bestimmten Terminen erscheinen (s. Gelingensbedingung 06), benötigte Informationen rechtzeitig liefern, aber auch als Ansprechpartner bei Rückfragen zur Verfügung stehen. Eine fehlende Präsenz des Auftraggebenden mindert den realen Charakter und damit die Ernstsituation.

Auftraggebende tragen eine große Verantwortung in Lernarrangements mit Ernstcharakter. Daher sollten sie möglichst **verlässlich, sympathisch, offen, zugewandt und interessiert** sein sowie den **Willen** und die **Zeit** haben, einen *Lernprozess* zu initiieren, zu begleiten und zu unterstützen (z. B. indem sie individuell Feedback geben oder ggf. auch „pädagogisch“ Rückmeldung geben).

**Tipp:** Da man Auftraggebenden meist nur vor den Kopf schauen kann, sollten Sie auf Ihre Intuition und Ihr Bauchgefühl vertrauen.

## Gelingensbedingung 08: Engagement, Verantwortung und auftragsbezogene grundlegende Kompetenzen der Lernenden

Durch die verantwortliche Lehrkraft sollten die Lernenden und ihre **Voraussetzungen realistisch geprüft** werden, bevor ihnen ein realer Kundenauftrag anvertraut wird. Die Lernenden sollten **auftragsbezogen mindestens grundlegende Kompetenzen** in allen Bereichen aufweisen, die es den Lernenden ermöglicht, den eigenen Lern- und Arbeitsprozess im Austausch mit einem außerschulischen Auftraggebenden weitestgehend eigenständig zu planen, umzusetzen und abzuschließen.

Orientierungspunkte dafür können u. a. sein

- die Qualität bisheriger Handlungsprodukte,
- Engagement,
- Zielstrebigkeit,
- Selbstorganisation,
- Verlässlichkeit,
- Verantwortung,

- Stressresistenz,
- Kritikfähigkeit,
- Teamfähigkeit,
- Aufmerksamkeit
- sowie angemessene Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten.

Sollten die nötigen Kompetenzen (noch) nicht vorhanden sein oder die Freiräume missbraucht werden, sollte der Auftrag entweder nicht angenommen werden oder die Lehrkraft muss den Lernenden sukzessive Entscheidungsspielräume einräumen und den Prozess lehrerzentrierter steuern (s. Gelingensbedingung 04).

**Hinweis:** Die Kompetenzen müssen nicht bei allen Lernenden gleich verteilt sein, jedoch sollte dies dann bei einer Gruppenzuteilung beachtet werden. Grundsätzlich bieten sich solche Projekte erst in den letzten drei Halbjahren der Ausbildung an, da sie erst dann die benötigten Kompetenzen besitzen, um einen Kundenauftrag handlungsorientiert durchzuführen (s. Gelingensbedingung 02).

## Gelingensbedingung 09: Bereitschaft, Engagement, Verantwortung und auftragsbezogene Kompetenzen der Lehrenden

Die Integration realer Kundenaufträge und die Begleitung und Zusammenarbeit mit einem Auftraggebenden verlangt nach **verantwortungsvollen, organisierten, kooperativen, lernbereiten und äußerst engagierten** Lehrkräften, die den **Sinn im realitätsnahen, berufspraktischen und handlungsorientierten Lernen und Arbeiten sehen** und die die dafür benötigte **Zeit** haben und **Mehrarbeit** (z. B. Organisation, Kommunikation) auf sich nehmen möchten.

Durch die Freiheiten der Lernenden im Lern- und Arbeitsprozess ist eine Planung des Unterrichtsgeschehens im Detail nicht möglich, deshalb müssen Lehrende offen und flexibel auf Unvorhergesehenes reagieren können und **didaktische sowie mikro- und mesomethodische Fähigkeiten zur Moderation** dieses Prozesses mitbringen.

Neben der didaktisch-methodischen Kompetenz braucht es die **auftragsbezogene theoretische und berufspraktische Kompetenz und Erfahrung** der Lehrenden, um den realen Kundenauftrag fachlich einschätzen, überschauen, durchführen, begleiten und abschließen zu können. Daneben müssen sie sich aufgrund sich stetig verändernden technologischen Neuerungen permanent **fortbilden**, um auf dem aktuellen Stand zu sein.

# Gelingensbedingung 10: Reziprozität sowie ein wertschätzendes, vertrauensvolles und respektvolles Klima in der Zusammenarbeit

Der **Mehrwert der Zusammenarbeit** sollte für alle Beteiligten erkennbar sein und das Geben und Nehmen in einem ausgewogenen Verhältnis stehen, sodass sich auch die Mehrarbeit der Beteiligten lohnt. Lernende werden nicht als günstige Erfüllungsgehilfen eingesetzt.

Die Kooperation ist geprägt von einem **ehrlichen, wertschätzenden, anerkennenden und respektvollen Umgang** aller Beteiligten, aber vor allem gegenüber den Lernenden. Die Wertschätzung motiviert die Lernenden und kann sich bspw. in Worten und kleinen Gesten (z. B. Interesse, Dankbarkeit, Anwesenheit, Eis, etc.), aber auch in Form von gemeinsamen Veranstaltungen (z. B. einem offiziellen, feierlichen Abschluss, Siegerehrung, Pressebeteiligung) oder einer Förderung der Klasse oder des Fachbereichs (z. B. monetäre, materielle Spende, Vermittlung von Knowhow durch Vorträge, etc.) äußern.

- **Hinweis:** Eine monetäre Spende kann nur unter Beachtung des Bildungs- und Erziehungsauftrags im Sinne eines Sponsorings (§ 99 Abs. 1 SchulG) erfolgen.

Um die nötigen Freiheiten in der Durchführung realer Kundenaufträge zu schaffen, braucht es ein gegenseitiges **Vertrauen und Zutrauen** seitens der Schulleitung in die Arbeit der Lehrkräfte des Fachbereichs, aber vor allem auch seitens des Auftraggebenden und der Lehrkräfte gegenüber der Professionalität und das Können der Lernenden.

# Darstellung gelungener Fallbeispiele

falbk × Trail.View



Abbildung 1: Beispielhaftes finales Handlungsergebnis (Logo) für Trail.View (Quelle: falbk)

## Rahmendaten

<b>Auftraggeber</b> Nennung, kurze Beschreibung	Der Auftraggeber war <i>Trail.View</i> , ein kommerzielles Start-Up Unternehmen aus Essen. Trail.View organisiert als Kerngeschäft Trailrunning-Reisen (Abenteuer- bzw. Sportreisen). Außerdem begleiten die beiden Gründer von Trail.View die Reisen fotografisch, sie organisieren Laufcamps, bieten Workshops an und halten Vorträge rund um das Thema Trailrunning.  (www.trail-view.de)
<b>Auftrag</b> Beschreibung des Auftrags in Kurzform mit ggf. curricular bedingten Anpassungen aufzuführen	Ursprünglicher Wunsch des Auftraggebers: Logo Redesign  Auftrag in der Schule: Corporate Design entwickeln; inkl. Logo Redesign, Visitenkarte, Einleger, Briefbogen, Flyer, Plakat, Foliendesign für Van, Merchandise, Dispenser für Flyer, Webdesign, Imagevideo
<b>Schule</b> Name, Ort	Friedrich-Albert-Lange Berufskolleg, Duisburg (www.fal-schule.de; Schwerpunkte: Gestaltung, Metalltechnik, Umwelttechnik, Bau- und Holztechnik, Medizin)
<b>Form der Anbahnung</b> Anfrage von außen, Akquise durch SchülerInnen, Längerfristige Kooperation, Persönlicher Kontakt, ...	Persönlicher Kontakt zu Lehrkraft, Anfrage von außen, einmalige Kooperation
<b>Zeitraum</b> ggf. auf einbezogene Schulferien hinweisen	Erster / Letzter Kontakt zum Auftraggeber: Oktober 2020 / März 2021 Auftragsdurchführung: November 2020 bis März 2021
<b>Bildungsgang</b>	Dreijährige Berufsfachschule (Anlage C 1 APO-BK): Gestaltungstechnische AssistentInnen Schwerpunkt Grafikdesign und Objektdesign <i>mit</i> Fachhochschulreife
<b>Stufe / Klasse</b>	13.1 (drittes Ausbildungsjahr) / 1 Klasse / 17 SchülerInnen
<b>Beteiligte Lehrkräfte</b> Welche Lehrkräfte waren an der Vorbereitung und Durchführung unmittelbar beteiligt (mit Angabe der Fächer)?	Fünf Lehrkräfte: FachlehrerIn Präsentationstechnik, FachlehrerIn Gestaltungstechnik, FachlehrerIn Digitale Gestaltung, FachlehrerIn Verfahrenstechnik, FachlehrerIn Typografie, FachlehrerIn Grafikdesign, FachlehrerIn Audiovision
<b>Verfasser</b> gleichzeitig Ansprechpartner für Fragen	Florian Kuenen und Befragungsperson 1 (B1)

## Vorbereitung des Auftrags fachlich-inhaltlich

<b>Curriculare Verankerung</b> In welchen Fächern? Welche Kompetenzen / Inhalte wurden vermittelt?	Der Auftrag wurde in den Profulfächern Präsentationstechnik (3 Unterrichtsstunden je Woche (UStd.)), AF 2.3 Auftragsbetreuung zur Kundenbindung AF 2.2 Präsentation des Designkonzepts Gestaltungstechnik (5 UStd.), AF 6.1 & 4.5 Entwicklung eines Corporate Designs Digitale Gestaltung (6 UStd.), AF 5.6 Interface-Design AF 4.4 Etikettenserie mit Stanze, Verpackung Verfahrenstechniken (2 UStd.), AF 4.2 Entwurf eines einfachen dreidimensionalen Kommunikationsmediums (z.B. Präsentationsmappe, Verpackung) AF 5.4 Entwurf eines komplexen dreidimensionalen Produkts (z. B. Prototyping, Aufsteller) und den weiteren Fächern Typografie (2 UStd.), Grafikdesign (1 UStd.) und dem Differenzierungsfach Audiovision (2 UStd.) bearbeitet. Bei den
---	---

	<p>letzten Fächern besteht kein Bezug zum Lehrplan, da keiner vorhanden. Die jeweiligen Kompetenzerwartungen stehen in den Bildungsplänen.</p>
<p><b>Organisatorische Vorbereitung</b> Kontakte mit Auftraggeber, Schulinterne Vorbereitung, Vorbereitung der SchülerInnen</p>	<p>Es wurde intern (von den Lehrkräften) für die abschließende Phase der Assistentenausbildung ein realer Kundenauftrag gesucht.</p> <p>Der Kontakt zum Auftraggeber ist im Oktober 2020 durch einen privaten Kontakt einer Lehrkraft hergestellt worden.</p> <p>Der ursprüngliche Wunsch des Auftraggebers war es, ein neues Logo gestalten zu lassen. Ausgehend von diesem Wunsch haben der Auftraggeber und die Lehrkräfte diskutiert, ob der Kundenwunsch zugänglich und verständlich ist und welche weiteren Produkte im Rahmen der Unterrichtseinheit gestaltet werden könnten (z. B. Webseite, Merchandise, Flyer, KFZ Folierung, etc.). Anschließend wurden die gewünschten zu gestaltenden Endprodukte orientiert an der Komplexität und dem Anspruch mit den Anforderungen der didaktischen Jahresplanung verglichen. Der ursprüngliche Kundenwunsch wurde durch die Lehrkräfte um einige Produkte, orientiert an den Vorgaben der didaktischen Jahresplanung, ergänzt, auch wenn es für diese keinen konkreten Bedarf beim Kunden gibt (z. B. Plakate, Dispenser).</p> <p>Es folgte eine zeitliche, strukturelle und inhaltliche Planung der Unterrichtsreihe mit dem Wunsch der engen Einbeziehung des Auftraggebers in das Projekt (z. B. Kick-off Veranstaltung vor Ort, Zwischenpräsentationen, Event mit Auftraggeber).</p> <p>Die Lernenden wurden thematisch-inhaltlich (Corporate Design) im Fach Gestaltungstechnik auf das Projekt vorbereitet.</p>
<p><b>Besonderheit der Umsetzung</b></p>	<p>Der Auftrag wurde zum Ende der Ausbildung als umfangreiches Projekt, wie eine Art „Gesellenstück“, umgesetzt. Das Projekt dient dazu, dass die Auszubildenden zum Schluss der Ausbildung ihr Gelerntes der letzten Jahre, ihr Können, unter Beweis stellen können.</p> <p>Eine weitere Besonderheit war die aktuell pandemisch bedingte angespannte Situation, weshalb bestimmte Vorhaben während oder nach dem Projekt nicht umgesetzt werden konnten und auch das „vor Ort“ sein des Auftraggebers nur unter strengen Auflagen möglich war.</p>

## Durchführung des Auftrags

<p><b>Ort</b> In welcher schulischen Umgebung – Labore, Werkstätten etc.</p>	<p>Der Ort der Auftragsbearbeitung war unabhängig vom jeweiligen Fach der Klassenraum der GTA Klasse. Dieser Raum ist „angeeignet“, also er trägt die „Arbeitsspuren“ der Lernenden: in ihm hängen Infos, Inhalte und Skizzen aus der Auftragsbearbeitung. Der Klassenraum ist mit branchenüblicher Hard- und Software ausgestattet (iMacs mit Adobe CC und Internetzugang) und hält Fachbücher, Materialproben, Anschauungsmaterial bereit, die aber selten benutzt werden. Die SchülerInnen haben meist andere Informationsquellen im Internet. Die Arbeitsplätze wurden, wenn eigene Hardware genutzt wurde, teils inselförmig umgebaut. Zudem können die Lernenden sich entsprechend</p>
--	--

	<p>ihrer Bedürfnisse frei zwischen verschiedenen Räumen (Druckstudio, Fotostudio) bewegen.</p>
<p><b>Einbeziehung des Auftraggebers</b>  <small>In welcher Form haben Auftraggeber mitgewirkt oder wurden einbezogen?</small></p>	<p>Es gab zu Beginn des Projekts eine Kick-off Veranstaltung in der Schule mit dem Auftraggeber, drei beteiligten Lehrkräften und allen beteiligten SchülerInnen. Der Auftraggeber hat das Unternehmen vorgestellt und der Auftrag wurde umrissen (Briefing). Die SchülerInnen konnten Fragen stellen. Der Auftraggeber hat den Lernenden Informationen zum Betrieb (Businessplan) zukommen lassen.</p> <p>Nach dem Briefing und der Analyse des Businessplans fand ein Re-Briefing mit dem Auftraggeber statt.</p> <p>Die Lernenden waren aufgefordert eigenständig Kontakt (Telefon, Mail) zum Auftraggeber aufzunehmen, um beispielsweise im Prozess aufkommende Fragen zu klären.</p> <p>Mit dem Auftraggeber wurden Meilensteine vereinbart, die jedoch teils aufgrund der Komplexität des Auftrags flexibel verschoben wurden. Bei einer Zwischenpräsentation und einer abschließenden Präsentation konnten Zwischen- und Endergebnisse präsentiert und diskutiert werden.</p>
<p><b>Struktur, Arbeitsteilung und Betreuung</b>  <small>Welche Lehrkräfte haben die SchülerInnen betreut? Wie wurde die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Lehrkräften organisiert?</small></p>	<p>Der Stundenplan wurde nicht aufgelöst, die Bearbeitung des Auftrags fand innerhalb des Stundenkontingents der Fächer statt. Die betreuende Lehrkraft war der jeweils eingesetzte Fachlehrer. Das Fach Präsentationstechnik war von Beginn an in die Auftragsdurchführung eingebunden, da in diesem Fach die Auftragsbetreuung und das Projektmanagement stattfand. Im Fach Gestaltungstechnik fand die konzeptionelle Arbeit (inkl. Zielgruppenanalyse, Corporate Design Entwicklung, Logo, etc.) statt. Im Fach Digitale Gestaltung wurde das Webdesign entwickelt. In den Fächern Verfahrenstechnik und Typografie wurden Stanzungen und Verpackungen entwickelt. Im Differenzierungsfach Audiovision wurde der Image-Teaser entwickelt.</p> <p>Jedoch ergaben sich sachlogische Probleme der Synchronisation der Inhalte, da beispielsweise die Zielgruppenanalyse und Styleguide schon entwickelt sein musste, bevor an der Internetseite gearbeitet werden konnte. Diese Problematik wurde umgangen, indem eine theoretische Vorarbeit in den Fächern geleistet wurde, die sich noch nicht an der Durchführung des Auftrags beteiligen konnten. So wurde beispielsweise das Thema UI/UX in Digitaler Gestaltung als Inhalt behandelt, bevor es an die konkrete Auftragsbearbeitung (Webdesign) ging. Die schulfachliche Schwerpunktsetzung zur Bearbeitung des Auftrags wurde jedoch („im Dienste der Sache“) teils vernachlässigt.</p>
<p><b>Auftragsbearbeitung durch SchülerInnen</b>  <small>Wie wurden die Schüler zugeordnet? Selbständigkeit, Aufgaben, Teams</small></p>	<p>Die 17 Lernenden wurden in Zweier- bis Dreier-Teams aufgeteilt, sodass 8 Teams den Auftrag arbeitsgleich bearbeitet haben. Daraus ergab sich zwar ein kompetitiver Charakter, der jedoch während des Projekts kaum eine Rolle gespielt hat.</p>



	<p>Eine <i>komplett</i> eigenständige (handlungsorientierte) Planung und Durchführung eines Auftrags wäre nur bei leistungsstarken SchülerInnen zu erwarten. Daher gab es Phasen der fachlichen Vorbereitung. Auch im Prozess gab es immer wieder Hilfestellungen in Form von Erarbeitungsphasen mit Arbeitsblättern, frontalen Inputphasen oder dem Lernen am Modell. Trotzdem verlief das Projekt <i>weitestgehend</i> von den Lernenden selbstgesteuert. Somit konnten die Lehrenden eine moderierende Rolle einnehmen.</p>
<p><b>Dokumentation durch SchülerInnen</b>  Vereinbarungen z.B. über Form des Projektergebnisses oder vergleichbarer Ausarbeitungen über die Auftragsbearbeitung</p>	<p>Es fand ein Briefing und Rebriefing statt, welches durch die Lernenden verschriftlicht wurde.  Der gesamte Auftrag wurde über Padlets digital entsprechend der Projektplanung dokumentiert. Die LehrerInnen aber auch SchülerInnen hatten somit jederzeit Zugriff auf den aktuellen Stand und konnten individuell digital Feedback geben.</p>

## Nachbereitung des Auftrags

<p><b>Nachbereitung und Abschluss mit den Auftraggebern</b>  Auswertungsgespräche, Rückkopplung der SchülerInnen-Berichte an den Auftraggeber, Präsentationen der SchülerInnen, Aufgreifen des Auftrags im nachfolgenden Fachunterricht</p>	<p>Es gab eine gemeinsame Abschlusspräsentation mit dem Auftraggeber, bei der alle Ergebnisse der Teams präsentiert wurden.  Es gab Pläne, dass man als ein Dankeschön gemeinsam einen Kaffee trinken geht. Aufgrund der pandemischen Lage hat dies aber nicht stattgefunden.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der SchülerInnen</b>  Wie waren die Rückmeldungen der SchülerInnen?</p>	<p>Die SchülerInnen haben das Projekt grundsätzlich positiv wahrgenommen. Schließlich zeugt ein solches Projekt davon, dass den Lernenden zugetraut wird, die Verantwortung zu übernehmen, die ihnen gegebenen Freiheiten zu gestalten und nun nicht mehr nur zu „üben“, sondern mit ihrem Können im realen Kontext „glänzen“ dürfen.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Lehrkräfte</b>  Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Grundsätzlich werden solche Projekte positiv bewertet und mit Vorfreude erwartet, vor allem aufgrund der eigenständigen und motivierten Arbeit der Lernenden. Jedoch führen sie auch zu einer Mehrbelastung der Lehrenden.  Die umfangreiche konzeptionelle kostenlose Arbeit für ein profitorientiertes Unternehmen wird kritisch gesehen, jedoch wird dies teils aufgrund des pädagogischen Mehrwerts in Kauf genommen.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Auftraggeber</b>  Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Die Ergebnisse und die Arbeit wurden anerkannt und wertgeschätzt, der gesamte Prozess positiv beurteilt und die Auftraggeber konnten mehr über sich und ihre Marke lernen.</p>
<p><b>Ergänzungen</b>  Weitere Besonderheiten, Vergütung, Auswirkungen auf den Bildungsgang, Deputatsregelung; Welche notwendigen Veränderungen auf das Curriculum bzw. die Organisationstruktur des</p>	<p>Bereits bei Zwischenpräsentationen zeichnete sich ab, dass der Auftraggeber aus persönlich-geschmacklichen Gründen die, nach objektiven Kriterien gelungenen, angebotenen Endprodukte vermutlich gar nicht nutzen wird. Stattdessen wird nach wie vor das ursprüngliche, selbständig entwickelte Logo verwendet, da sich im Prozess</p>

Bildungsganges ergaben sich aus der Durchführung des Auftrags?

herausstellte, dass dieses leicht „amateurhaft anmutende“ Logo den Charakter der Marke bestens verkörpert, als die „perfekten“ Entwürfe der SchülerInnen. Die Gründe hierfür wurden in einer E-Mail an die SchülerInnen dargelegt.

Auch wenn die Endprodukte nicht durch den Auftraggeber genutzt wurden, bewerten die Lehrkräfte das Projekt als erfolgreich. Die Gefahr, dass das Ergebnis nicht „gefalle“ gäbe es schließlich auch in professionellen Agenturen. Dies bietet Anlass zur Reflexion.

## Fazit / Empfehlungen

Welche Erfahrungen sollten bei zukünftigen Kundenaufträgen berücksichtigt werden?

- Es gab Schwierigkeiten, sowohl von den Lernenden als auch den Lehrenden, das Unternehmen und -konzept in Gänze zu verstehen. Nach Einschätzung der Lehrkraft ist das vermutlich darauf zurückzuführen, dass selbst dem noch jungen Unternehmen seine Ausrichtung nicht ganz bewusst war. Trotzdem stellt sich die Frage, wie man im Unterricht mit dieser „Unschärfe“ umgehen kann. Vielleicht hätte das gemeinsame Erleben der Aktivitäten des Unternehmens da Klarheit verschaffen können. Dies war aber aufgrund der pandemischen Lage nicht möglich.
- Der Auftraggeber war sehr locker und zugänglich und per Du. Trotz dieses ungezwungenen Charakters haben die Lernenden den Respekt nicht verloren.
- Sehr wichtig ist eine „angeeignete“ Lern- und Arbeitsumgebung (Klassenraum) für die erfolgreiche Bearbeitung des Auftrags.
- Feste Meilensteine und der Kontakt zum echten Kunden erhöhen die Verbindlichkeit.
- Auch wichtig sind Gespräche *über* Gestaltung. Dafür eignen sich solche Projekte besonders, da die Lernenden mit einem Kunden professionell über Gestaltung sprechen lernen müssen.
- Eine gelungene, ggf. emotionale und mitreißende Kick-off Veranstaltung mit dem Unternehmen ist ein wesentlicher Aspekt zur langanhaltenden, „tragenden“ Motivation der Lernenden. Trotzdem stellt die Lehrkraft sich die Frage, wie man eine intrinsische Motivation über viele Wochen aufrecht erhalten kann.
- Das Schwierigste für die Lernenden war die Projektplanung. Eine komplett eigenständige (handlungsorientierte) Planung und Durchführung eines Auftrags ist nur bei starken SchülerInnen zu erwarten.
- Die Lehrkraft ist verantwortlich, den Fortschritt bei der Auftragsbearbeitung möglichst synchron zu halten.
- Der Ernstcharakter führt zu einem erhöhten Druck und Motivation bei den Lernenden und Lehrenden, da man den Auftraggeber nicht enttäuschen möchte.
- Die objektiven Kriterien, die Urteile aufgrund von Geschmack vermeiden sollten, kommen bei rein schulischen Projekten eher zum Tragen. Subjektive Geschmacksurteile sind bei realen Kundenaufträgen eher möglich und teils unsachlich.
- Die SchülerInnen haben sehr viel gelernt, vor allem bei den Metakompetenzen (unter anderem Frustrationstoleranz und der Umgang mit dem Scheitern, sich selbst zu organisieren und an zeitliche Absprachen zu halten, etc.).

- Fachliche Kompetenzen könnten punktuell besser in rein schulischen Unterrichtsphasen erarbeitet werden, da ein solches Format sehr offenes Arbeiten zulässt und das teilweise sogar missbraucht wird. Trotzdem sei ein solches Projekt das zeitgemäßere Format.
- Bei solchen Projekten stößt man an die institutionellen Grenzen, weshalb vielleicht nicht alles nach den eigenen Wünschen verläuft (z. B. wegen Klassenarbeiten, räumlichen, curricularen und schulfachlichen Strukturen, Stundenplan, etc.). Der Stundenplan beispielsweise „riss“ die Lernenden teilweise aus dem Projekt. Eine projektartige Umsetzung oder Veränderung des Stundenplans wäre wünschenswert, aber nicht möglich.
- Eine detailliertere Dokumentationspflicht der Lernenden kann potenziell zur Reflexion der eigenen Tätigkeit oder Untätigkeit dienen.

## BKTM × Jugendamt Mönchengladbach



Abbildung 2: Beispielhafter Ausschnitt des finalen Handlungsprodukts (Animationsfilm) für das Jugendamt Mönchengladbach (Quelle: BKTM)

### Rahmendaten

<p><b>Auftraggeber</b> Nennung, kurze Beschreibung</p>	<p>Der Auftraggeber war das <i>Jugendamt der Stadt Mönchengladbach</i> (Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Jugendhilfeplanung/Koordination der kommunalen Präventionskette). <small>(<a href="http://www.moenchengladbach.de/de/rathaus/buergerinfo-a-z/recht-soziales-jugend-gesundheit-verbraucherschutz-dezernat-v/fachbereich-kinder-jugend-und-familie-51">www.moenchengladbach.de/de/rathaus/buergerinfo-a-z/recht-soziales-jugend-gesundheit-verbraucherschutz-dezernat-v/fachbereich-kinder-jugend-und-familie-51</a>)</small></p>
<p><b>Auftrag</b> Beschreibung des Auftrags in Kurzform mit ggf. curricular bedingten Anpassungen aufzuführen</p>	<p>Das Jugendamt der Stadt Mönchengladbach war Aussteller bei dem hybrid veranstalteten Deutschen Jugendhilfetag 2021 vom 18. – 20. Mai 2021. Der Deutsche Jugendhilfetag (DJHT) ist Europas größte Fachmesse der Kinder- und Jugendhilfe sowie ihrer Schnittstellenbereiche. <small>(<a href="https://www.jugendhilfetag.de">https://www.jugendhilfetag.de</a>)</small></p> <p>Ursprünglicher Wunsch des Auftraggebers: Für den DJHT soll ein Film, der reale Personen zeigt, entwickelt werden, der die verschiedenen FachkollegInnen verschiedenster Disziplinen (Schulsozialarbeit, PsychologInnen, LehrerInnen und ErzieherInnen, etc.) anspricht und über das Sozialraumprinzip aufklären soll. Ziel des Sozialraumprinzips die Starrheit des intentionellen Jugendhilfesystems aufzubrechen und vom Fall (Kind bzw. Familie) aus Lösungsansätze zu entwickeln, indem alle Fachdisziplinen in einer Sozialraumkonferenz zusammenarbeiten. Das Jugendamt nennt dies auch „Entsäulung der Jugendhilfe“.</p>

	Auftrag in der Schule: Statt eines Films mit realen Personen, soll ein Animationsfilm mit den gleichen Anforderungen entwickelt werden. Grund hierfür ist weniger der Bildungsplan, sondern die pandemiebedingten Schwierigkeiten mit realen Menschen zu filmen.
<b>Schule</b> Name, Ort	Berufskolleg Platz der Republik für Technik und Medien, Mönchengladbach <small>(www.bk-tm.de; Schwerpunkte: Gestaltung, Technik, Medien)</small>
<b>Form der Anbahnung</b> <small>Anfrage von außen, Akquise durch SchülerInnen, Längerfristige Kooperation, Persönlicher Kontakt, ...</small>	Anfrage von außen, E-Mail der Stadt an Schulsozialarbeit
<b>Zeitraum</b> <small>ggf. auf einbezogene Schulferien hinweisen</small>	Erster / Letzter Kontakt zum Auftraggeber: Dezember 2020 / Mai 2021 Auftragsdurchführung: Februar 2021 bis Mai 2021 (2 Wo. Osterferien frei)
<b>Bildungsgang</b>	Dreijährige Berufsfachschule (Anlage C 1 APO-BK): Gestaltungstechnische AssistentInnen Schwerpunkt Grafikdesign und Objektdesign <i>mit</i> Fachhochschulreife
<b>Stufe / Klasse</b>	13.2 (drittes Ausbildungsjahr) / 1 Klasse / 16 SchülerInnen
<b>Beteiligte Lehrkräfte</b> <small>Welche Lehrkräfte waren an der Vorbereitung und Durchführung unmittelbar beteiligt (mit Angabe der Fächer)?</small>	Eine Lehrkraft: FachlehrerIn Screendesign und Digitale Gestaltung
<b>Verfasser</b> <small>gleichzeitig Ansprechpartner für Fragen</small>	Florian Kuenen und Befragungsperson 3 (B3)

## Vorbereitung des Auftrags fachlich-inhaltlich

<b>Curriculare Verankerung</b> <small>In welchen Fächern? Welche Kompetenzen / Inhalte wurden vermittelt?</small>	Der Auftrag wurde hauptsächlich in dem <i>weiteren</i> Profilmfach Screendesign (2 UStd.) <small>Ohne Bezug zum Lehrplan, da keiner vorhanden. Lokale wirtschaftliche Bedürfnisse fließen in das Fach ein.</small> bearbeitet. Darüber hinaus erfolgte die Bearbeitung teilweise auch im Profilmfach Digitale Gestaltung (6 Unterrichtsstunden je Woche (UStd.)), <small>AF 5.4 Auftragsbezogenes Erstellen einer Animation</small> indem auch der curriculare Bezug gezogen werden könnte. Die Kompetenzerwartung können dem Bildungsplan entnommen werden.
<b>Organisatorische Vorbereitung</b> <small>Kontakte mit Auftraggeber, Schulinterne Vorbereitung, Vorbereitung der SchülerInnen</small>	Per Mail kam im Dezember 2020 die Anfrage des Jugendamtes an die Schulsozialarbeit des Berufskollegs, ob SchülerInnen der Schule im Rahmen eines Projekts einen Film für den DJHT entwickeln könnten. Die Anfrage wurde schulintern besprochen und es wurde geschaut, welcher Bildungsgang mit welchen SchülerInnen und Lehrkräften sich zur Umsetzung dieses Auftrags eignen. Nachdem die Zuordnung geklärt werden konnte, haben der Auftraggeber und der Fachlehrer den Auftrag und das weitere Vorgehen besprochen. Hierbei wurde auch die Problematik angesprochen, dass es zum aktuellen Zeitraum schwierig werden könnte, Menschen in real zu filmen und ob eine Umsetzung als Animationsfilm nicht ebenfalls möglich wäre.

	Nachdem die Rahmenbedingungen geklärt wurden, hat der Auftraggeber Informationsmaterial in Form von Schaubildern und Texten sowie ein Skript und Fallbeispiel einer Familie für das Video zur Verfügung gestellt.
<b>Besonderheit der Umsetzung</b>	Die Auftragsbearbeitung war zeitlich eng bemessen. Zu dem Zeitpunkt war die pandemische Lage sehr angespannt, weshalb der Auftraggeber selber nicht in der Schule anwesend sein konnte. Die Kommunikation lief weitestgehend digital via Microsoft Teams.

## Durchführung des Auftrags

<b>Ort</b> In welcher schulischen Umgebung – Labore, Werkstätten etc.	Der Ort der Auftragsbearbeitung war der Fachraum, ein Computerraum, ausgestattet mit Entwurfsmaterialien, iMacs, Internet und branchenüblicher Software (u. a. Microsoft Teams, Adobe CC (After Effects und Illustrator)), Leuchttischen, etc. Jeder Lernende hatte einen eigenen Zugang zur Creative Cloud, der auch Zuhause am eigenen Rechner genutzt werden konnte. Neben der schuleigenen Ausstattung haben die Lernenden individuell Backups ihrer Arbeiten in der eigenen Dropbox und auf eigenen USB Sticks gespeichert. Die Lernenden konnten sich frei bewegen, um auch ungestört an anderen Orten (z. B. kleiner Konferenzraum) zu arbeiten.
<b>Einbeziehung des Auftraggebers</b> In welcher Form haben Auftraggeber mitgewirkt oder wurden einbezogen?	Zu Beginn des Projekts gab es eine gemeinsame hybride Kick-off Veranstaltung über Microsoft Teams mit dem Auftraggeber und allen Beteiligten. Der Auftrag und das Thema des Endproduktes wurde den Lernenden in dieser Besprechung nähergebracht. Neben einem normalen sog. Channel der Klasse in Microsoft Teams wurde für die Kommunikation mit dem Auftraggeber ein eigener Channel erstellt. In diesem konnten die Lernenden ihre Zwischenergebnisse präsentieren und den Fortschritt und Prozess dokumentieren. Der Auftraggeber hatte somit zu jeder Zeit die Möglichkeit, sich über den aktuellen Stand des Projekts zu informieren. Darüber hinaus gab es drei Zwischenpräsentationen mit dem Auftraggeber, um den aktuellen Stand zu präsentieren, sich Feedback einzuholen und das weitere Vorgehen zu besprechen. Dabei wurden aufgrund des Zeitdrucks keine Varianten vorgestellt, sondern ein Weg, der im Diskurs mit dem Auftraggeber eng abgesprochen wurde, um auch ein Scheitern des Auftrags zu vermeiden.
<b>Struktur, Arbeitsteilung und Betreuung</b> Welche Lehrkräfte haben die SchülerInnen betreut? Wie wurde die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Lehrkräften organisiert?	Die betreuende Lehrkraft war die Fachlehrkraft in Screendesign und Digitale Gestaltung. Die Lehrkraft sorgte für regelmäßige Zwischenbesprechungen mit den Lernenden, um den aktuellen Stand abzufragen und die Aufgaben für den Tag zu besprechen und zu verteilen. Der Stundenplan wurde nicht aufgelöst, die Bearbeitung des Auftrags fand weitestgehend innerhalb des Stundenkontingents der Fächer statt. Nur zum Ende des Projekts wurden auch Teile des Auftrags Zuhause

	<p>bearbeitet, um den Auftrag rechtzeitig abschließen zu können. Die Unterscheidung der Fächer wurde aufgehoben.</p>
<p><b>Auftragsbearbeitung durch SchülerInnen</b>  <small>Wie wurden die Schüler zugeordnet?  Selbständigkeit, Aufgaben, Teams</small></p>	<p>Die Lernenden haben gemeinsam mit der Lehrkraft einen zeitlichen Ablaufplan des Projekts in Microsoft OneNote entwickelt. Dieser Ablauf war zunächst sehr grob und wurde im Verlauf des Projekts immer weiter präzisiert.</p> <p>Die gesamte Klasse hat sich ein Fallbeispiel einer fiktiven Familie, mit sozialen Besonderheiten (Migrationshintergrund, soziale Isolation, Sprache als Hürde, etc.), entsprechend den Vorgaben des Auftraggebers, ausgedacht. Die Lernenden haben gemeinsam ein Skript mit fünf Szenen für den Animationsfilm geschrieben.</p> <p>Für die weitere arbeitsteilige Aufgabenbearbeitung wurde die Klasse in fünf Teams eingeteilt. In jedem Team gab es eine verantwortliche Person, die dafür sorgt, dass Fristen eingehalten werden. Vom ersten Team wurden auf Grundlage des Fallbeispiels Charaktere im Flatdesign entwickelt. Das zweite Team kümmerte sich um das Szenendesign passend zu dem Skript. Das dritte Team hat die Sprechblasen und Texte übernommen. Das vierte Team übernahm die Vertonung und Soundeffekte und das fünfte Team, bestehend aus den leistungsfähigsten SchülerInnen, führte die Arbeiten der anderen in der Animation und im Schnitt zusammen.</p> <p>Dieses Team musste gegen Ende des Projekts teilweise noch Feinarbeiten der anderen Lernenden einfordern, da einige Dateien nicht dem Anspruch für die Animation und Schnitt genügten. Lernende ohne Aufgabe zu diesem Zeitpunkt haben Übungsaufgaben zum Thema Animation und Schnitt erhalten.</p> <p>Bevor es an die digitale Umsetzung ging, wurden analog Scribbles angefertigt. Insgesamt war die Arbeit geprägt durch Teamgeist, intrinsische Motivation und gegenseitige Hilfestellungen. Es gab sogar Phasen, in denen die Lernenden sich eigenständig, ohne Besprechung, unmittelbar zu Beginn des Unterrichts an die Auftragsbearbeitung begaben und die Unterrichtsstunden konzentriert durcharbeiteten. Somit ergab sich für den Lehrenden eine moderierende Rolle.</p>
<p><b>Dokumentation durch SchülerInnen</b>  <small>Vereinbarungen z.B. über Form des Projektergebnisses oder vergleichbarer Ausarbeitungen über die Auftragsbearbeitung</small></p>	<p>Es fand eine gemeinsame Dokumentation über den Microsoft Teams Channel statt. Alle Zeitpläne, Arbeitsverteilungen, Materialien, individuellen Zwischenstände und Ergebnisse wurden hier dokumentiert. Dies ermöglichte auch erkrankten SchülerInnen nachzuvollziehen, wie der aktuelle Stand ist und welche Aufgaben für wen wann anstand. Auch der Auftraggeber (s. o.) hatte Zugriff auf diese Informationen.</p>

## Nachbereitung des Auftrags

<p><b>Nachbereitung und Abschluss mit den Auftraggebern</b></p> <p>Auswertungsgespräche, Rückkopplung der SchülerInnen-Berichte an den Auftraggeber, Präsentationen der SchülerInnen, Aufgreifen des Auftrags im nachfolgenden Fachunterricht</p>	<p>Obwohl inhaltlich, technisch und gestalterisch noch nicht ganz rund, wurde <i>ein</i> vorläufiges Endprodukt dem Auftraggeber für ein finales Feedback zugesendet. Das Feedback des Auftraggebers und der Lehrkraft wurden von dem Schnitt- und Animationsteam eingearbeitet und das Produkt endgültig finalisiert.</p> <p>Das finale Endprodukt wurde mit dem Auftraggeber gemeinsam angesehen und es gab noch einmal Feedback vom Kunden. Auch nach dem ersten Veranstaltungstag des DJHT gab es noch einmal großes Lob von Seiten des Auftraggebers, dass der Animationsfilm hervorragend beim Fachpublikum angekommen ist.</p> <p>Auch klassenintern wurde das Endprodukt nochmals kritisch reflektiert. Besonders die technische Dimension der Zusammenarbeit der Teams wurde von den Lernenden selbst teils negativ kritisiert, da beispielsweise Dateien falsch aufbereitet wurden und dies zu deutlicher Mehrarbeit führte.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der SchülerInnen</b></p> <p>Wie waren die Rückmeldungen der Schülerinnen?</p>	<p>Die meisten Lernenden waren während der Auftragsbearbeitung sehr motiviert und zum Ende sehr froh und stolz, ein solch großartiges Produkt entwickelt zu haben. Nur einige wenige konnten sich nicht begeistern.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Lehrkräfte</b></p> <p>Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Die Auftragsbearbeitung inkl. aller Vor- und Nachbereitung führt zu einer erheblichen Mehrbelastung der Lehrkraft.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Auftraggeber</b></p> <p>Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Der Auftraggeber war überschwänglich dankbar für die Arbeit der Lernenden und sehr begeistert vom Endprodukt. Dieser Dankbarkeit wurde in einer lobende E-Mail an die Schulleitung Ausdruck verliehen.</p>
<p><b>Ergänzungen</b></p> <p>Weitere Besonderheiten, Vergütung, Auswirkungen auf den Bildungsgang, Deputatsregelung; Welche notwendigen Veränderungen auf das Curriculum bzw. die Organisationstruktur des Bildungsganges ergaben sich aus der Durchführung des Auftrags?</p>	<p>Es gab als Dankeschön ein gemeinsames Eisessen mit dem Auftraggeber.</p>

## Fazit / Empfehlungen

Welche Erfahrungen sollten bei zukünftigen Kundenaufträgen berücksichtigt werden?

- Die Auftragserteilung von außen und die außerschulische Verwendung hat (intrinsisch) motivationale Vorteile gegenüber rein schulischen Projekten („Wow, wir werden wirklich gebraucht“). Die Auftragsbearbeitung war zeitlich deutlich straffer geplant als normale schulische Lernsequenzen. Normalerweise sind Lernende erst kurz vor dem Ende motiviert, schnell das benötigte Endprodukt zu entwickeln. Dies ist bei diesem Auftrag aufgrund der



intrinsischen Motivation und des zeitlichen Drucks nicht so gewesen. Hier wurde von Beginn an unter Hochdruck und motiviert gearbeitet. Die Lernenden entwickelten im Projekt sogar einen intrinsisch motivierten Perfektionismus, der zu Überstunden führte, aber sich im Endprodukt niederschlägt.

- Zu dem Projekt, genau wie bei jedem anderen, gehörte es, dass man aus Fehlern lernt. Denn so lernt man am meisten. Beispielsweise wenn die Dateien nicht korrekt aufbereitet wurden und nachgearbeitet werden müssen.
- Die Lernenden mussten einem enormen zeitlichen Druck standhalten und trotzdem qualitativ arbeiten.
- Lernende müssen aktiv in die Planung des Projekts integriert werden und bei der Auftragserteilung involviert werden. Dies führt zu einer erhöhten Motivation und bringt neue Impulse, die die Lehrkraft unter Umständen selbst nicht beachtet hätte (Video für Social Media).
- Es sollte keine Konkurrenzsituation zu Betrieben aus der Region geschaffen werden.
- Eine frühe und enge Einbeziehung des Auftraggebers vermindert die Gefahr des Scheiterns.
- Reale Aufträge sollten abwechslungsreich sein und unterschiedlichste Niveaus aufweisen, damit sie optimal auf die drei Jahrgänge verteilt werden können.
- Zur Umsetzung realer Aufträge bedarf es eines ausreichenden Kenntnisstandes der Lernenden, auf den man im Projekt aufbauen kann. Darüber hinaus benötigt man branchenübliches technisches Equipment zur Umsetzung, welches idealerweise auch bei den Lernenden Zuhause vorhanden ist (z. B. Computer, Adobe CC, etc.). Damit auch z. B. Krankheitsfälle keine Hürde darstellen, sollten Daten zentral abgespeichert und von allen abrufbar sein (z. B. über Microsoft Teams). Nicht zuletzt sollte der Faktor Zeit beachtet werden, da schulische Auftragsbearbeitung Zeit benötigt.
- Bei realen Kundenaufträgen werden keine anderen Kompetenzziele verfolgt, sie sind nur deutlicher erkennbar und wirken nicht so „gekünstelt“. Ziel solcher Aufträge ist es, dass Lernende letztendlich dazu in die Lage versetzt werden, eigenständig und im Team zu planen, zu lernen und zu arbeiten.
- Lehrkräfte müssen bereit sein, sich technisch auf dem aktuellen Stand zu halten.

## fhbk × Denkmalbehörde Dortmund



Abbildung 3: Einige finale Handlungsprodukte (Plakate) für den Tag des offenen Denkmals bei einer feierlichen Ausstellungseröffnung; Siegermotiv außen rechts (Quelle: S. Knoller)

### Rahmendaten

<p><b>Auftraggeber</b> Nennung, kurze Beschreibung</p>	<p>Der Auftraggeber war die <i>Denkmalbehörde der Stadt Dortmund</i>. Sie ist die verantwortliche Behörde und zentraler Ansprechpartner für das Thema Denkmalschutz in Dortmund.</p> <p>(<a href="https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/planen_bauen_wohnen/denkmalbehoerde/start_denkmalbehoerde/index.html">https://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/planen_bauen_wohnen/denkmalbehoerde/start_denkmalbehoerde/index.html</a>)</p> <p>Für die Umsetzung der Plakate und Broschüre, sowie den Innenteil war auch die <i>Dortmund Agentur</i>, eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Dortmund, beteiligt.</p>
<p><b>Auftrag</b> Beschreibung des Auftrags in Kurzform mit ggf. curricular bedingten Anpassungen aufzuführen</p>	<p>Einmal jährlich findet bundesweit der „Tag des offenen Denkmals“ statt. Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz, die unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten steht, koordiniert diese Veranstaltung bundesweit. Für die stadtweite Koordinierung in Dortmund ist die Denkmalbehörde der Stadt Dortmund verantwortlich. An diesem Tag sind in Dortmund ca. 50 historische Bauten und Stätten zugänglich, die sonst nicht oder nur teilweise zu besichtigen sind. Erwartet werden in der Regel zehn- bis zwölf-tausend BesucherInnen.</p> <p>Wunsch des Auftraggebers: Für den „Tag des offenen Denkmals 2019“ am 08.09.2019 in der Stadt Dortmund soll ein Plakat entworfen werden.</p>

	Das Plakat soll regionalen Bezug haben, fotografisch, abstrakt oder als Collage umgesetzt werden und das Motto 2019 berücksichtigen: „Modern(e). Umbrüche in Architektur und Kunst“. Das Motiv des Plakats soll zudem als Cover für eine Broschüre genutzt werden können. Entsprechende Texte wurden durch den Auftraggeber bereitgestellt.
<b>Schule</b> Name, Ort	Fritz-Henßler-Berufskolleg, Dortmund (www.fhbk.de; Schwerpunkte: Gestaltung, Ernährung und Versorgung, Technik und Naturwissenschaften)
<b>Form der Anbahnung</b> Anfrage von außen, Akquise durch SchülerInnen, Längerfristige Kooperation, Persönlicher Kontakt, ...	Anfrage von außen, vermittelt über einen Kollegen der Bautechnischen AssistentInnen
<b>Zeitraum</b> ggf. auf einbezogene Schulferien hinweisen	Erster / Letzter Kontakt zum Auftraggeber: Dezember 2018 / September 2019 Auftragsdurchführung: Dezember 2018 bis Mai 2019 (inkl. 2 Wo. Weihnachtsferien)
<b>Bildungsgang</b>	Dreijährige Berufsfachschule (Anlage C 1 APO-BK): Gestaltungstechnische AssistentInnen Schwerpunkt Grafikdesign und Objektdesign <i>mit</i> Fachhochschulreife
<b>Stufe / Klasse</b>	12.2 (zweites Ausbildungsjahr) / 2 Parallelklassen / je Kl. ca. 15 SchülerInnen
<b>Beteiligte Lehrkräfte</b> Welche Lehrkräfte waren an der Vorbereitung und Durchführung unmittelbar beteiligt (mit Angabe der Fächer)?	Eine Lehrkraft je Klasse: FachlehrerIn für Gestaltungstechnik
<b>Verfasser</b> gleichzeitig Ansprechpartner für Fragen	Florian Kuenen, Befragungsperson 4 (B4) und Befragungsperson 5 (B5)

## Vorbereitung des Auftrags fachlich-inhaltlich

<b>Curriculare Verankerung</b> In welchen Fächern? Welche Kompetenzen / Inhalte wurden vermittelt?	Der Auftrag wurde hauptsächlich in dem Profulfach Gestaltungstechnik (6 Unterrichtsstunden je Woche (UStd.)) bearbeitet. Der Kundenauftrag knüpft curricular (alter Bildungsplan; bzw. didaktische Jahresplanung) an das Thema Gestaltung eines Plakats an. Im neuen Bildungsplan könnte dies analog in Gestaltungstechnik AF 3.1 Entwerfen eines Werbeplakats nach Kundenauftrag umfassen. Darüber hinaus erfolgten je nach Bedarf die Anknüpfung an die Profulfächer Digitale Gestaltung, Präsentationstechnik und Fotografie. Die Kompetenzerwartung können dem Bildungsplan entnommen werden.
<b>Organisatorische Vorbereitung</b> Kontakte mit Auftraggeber, Schulinterne Vorbereitung, Vorbereitung der SchülerInnen	Über einen Kollegen der Bautechnischen AssistentInnen wurde im Dezember 2018 der Kontakt zur Denkmalbehörde der Stadt Dortmund hergestellt. Für den Tag des offenen Denkmals benötigte die Denkmalbehörde noch ein passendes Plakatmotiv, welches auch für das Cover einer Broschüre verwendet werden sollte. Seitens der Denkmalbehörde gab es die Idee der Kooperation mit der Schule.

	<p>Schulintern wurde geschaut, welche Klassen dafür gemäß der didaktischen Jahresplanung infrage kommen und nötige Kompetenzen mitbringen.</p> <p>Die beiden Befragungspersonen haben mehrfach gemeinsam mit der Leitung der Denkmalbehörde und anderen Beteiligten telefoniert und E-Mail-Kontakt gehabt, bei denen die Wünsche und Anforderungen besprochen, alte Plakatmotive gesichtet und das weitere gemeinsame Vorgehen besprochen wurde.</p> <p>Von den beiden Lehrkräften wurde im Anschluss ein Briefing in Form eines Arbeitsauftrags für die SchülerInnen formuliert. Auf diesem waren Informationen, Vorgaben zu den benötigten Formaten und Texten, aber auch die zeitliche Terminierung mit einer Zwischenpräsentation und einer Abschlusspräsentation, vermerkt. Das verschriftlichte Briefing, bzw. der Arbeitsauftrag, wurde dem Auftraggeber zugesendet, damit dieser informiert wurde und dem Vorhaben grünes Licht geben konnte. Bei dem gesamten E-Mail-Verkehr war die Schulleitung mit in Kopie, um informiert zu werden.</p>
<p>Besonderheit der Umsetzung</p>	<p>Für die Gestaltung der Plakate und der Broschüre war in den vergangenen Jahren die Dortmund-Agentur zuständig. Die Agentur hat 2019 mit den finalen Daten dieses Projekts weitergearbeitet und beispielsweise die Broschüre erstellt und den Druck der Produkte veranlasst.</p>

Gestaltungstechnik | 12 GT | fhbk

**Umsetzung eines Plakats für den Tag des offenen Denkmals 2019**

Auf der Website [tag-des-offenen-denkmals.de](http://tag-des-offenen-denkmals.de) finden sich folgende Textpassagen:

*„Wenn jedes Jahr am zweiten Sonntag im September historische Bauten und Stätten, die sonst nicht oder nur teilweise zugänglich sind, ihre Türen öffnen, dann sind Millionen von Architektur- und Geschichtsliebhabern zu Streifzügen in die Vergangenheit eingeladen. „Geschichte zum Anfassen“; das bietet der Tag des offenen Denkmals dem Besucher dabei in wohl einmaliger Weise.“*

*„Am 8.9.2019 findet unter dem Motto „Modern(e): Umbrüche in Kunst und Architektur“ bundesweit der nächste Tag des offenen Denkmals statt. Dann gilt es wieder, Türen und Tore tausender Denkmale für interessierte Besucher zu öffnen. [...]“*

*Mit dem Motto laden wir anlässlich des 100-jährigen Jubiläums des Bauhauses dazu ein, den Blick auf alle revolutionären Ideen oder technischen Fortschritte über die Jahrhunderte zu richten und darauf, wie diese neue Kunst- und Baustile herbeiführten und somit ein Zeitzeugnis der gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Gegebenheiten darstellen. Unabhängig von Denkmalgattung, Zeit und Ort – Umbrüche sind überall zu finden.“*

Weitere Infos zum allgemeinen Tag des offenen Denkmals finden Sie auf der Website. Für das Plakat ist jedoch vor allem der regionale Bezug interessant. In Dortmund werden jedes Jahr ca. 50 Denkmale am Tag des offenen Denkmals präsentiert, meist kommen ca. zehntausend bis zwölftausend Besucher. Die Denkmalbehörde der Stadt Dortmund gibt dazu eine Programmbroschüre heraus, in der die einzelnen Denkmale und die dortigen Veranstaltungen vorgestellt werden.

Ein paar Impressionen der vergangenen Jahre finden Sie unter [dortmund.de](http://dortmund.de) (dort die Suchfunktion nutzen).

**Aufgabe**

Entwickeln Sie für den Raum Dortmund ein Veranstaltungsplakat für den Tag des offenen Denkmals. Das Plakat kann entweder fotografisch oder abstrakt oder als Collage etc. entworfen werden.

Berücksichtigen Sie dabei das diesjährige Motto „Modern(e). Umbrüche in Architektur und Kunst“.

Ihr Entwurf soll gleichzeitig die Basis für das Cover der jährlich herausgegebenen Broschüre mit den Veranstaltungsorten sein.

**Vorgaben**

- Format Plakat: DIN A3 und A2 (unten einen Freiraum für Logos lassen)
- Format Broschüre: 21 x 21 cm offen auf 10,5 x 21 cm geschlossen (unten eine Leiste von 4 cm Höhe für Logos lassen)
- Textelemente Broschüre und Plakat: *Tag des offenen Denkmals Modern(e): Umbrüche in Kunst und Architektur 8. September 2019*
- weitere Textelemente Plakat: *Denkmale entdecken am ÖFFEL-Tag\* [www.bus-und-bahn.de](http://www.bus-und-bahn.de) Dortmunds Geschichte an 50 Orten erleben\*\**

\* Text nur bei Kooperation mit DS/21 verwenden  
\*\* kann evtl. wegfallen

**Zeitplanung**

**KW 14:** Zwischenpräsentation der Entwürfe und Absprache der weiteren Vorgehensweise; Ort: FHBK

**KW 18:** Abschlusspräsentation der fertigen Plakate mit Auswahl des endgültigen Plakats für den Denkmal-Tag; Ort: FHBK oder außerhalb?

**ab KW 19:** Druckfreigabe und Druck

**8. September:** Ausstellung aller Plakate im Wasserschloss Rodenberg in Aplerbeck

Abbildung 4: Arbeitsauftrag zur Umsetzung eines Plakats für den Tag des offenen Denkmals 2019 (Quelle: fhbk)

## Durchführung des Auftrags

<p><b>Ort</b> In welcher schulischen Umgebung – Labore, Werkstätten etc.</p>	<p>Der Ort der Auftragsbearbeitung war der reguläre Fachraum. Dieser ist mit branchenüblicher Hard- und Software sowie Entwurfsmaterialien ausgestattet (iMacs, Adobe CC, Drucker, Skizzenmaterial).</p>
<p><b>Einbeziehung des Auftraggebers</b> In welcher Form haben Auftraggeber mitgewirkt oder wurden einbezogen?</p>	<p>Es gab eine gemeinsame Kick-off Veranstaltung mit drei Personen der Denkmalbehörde, den beteiligten Lehrkräften und den Lernenden der zwei Klassen in der Schule vor Ort. In dieser Veranstaltung hat der Auftraggeber sich, die Arbeit der Denkmalbehörde, vorgestellt und den Auftrag umrissen. Hier wurde besonders der kreative Spielraum und das Lösen von der bisherigen Gestaltung betont. Anschließend konnten die Lernenden Fragen stellen.</p> <p>Nach einigen Wochen fand eine Zwischenpräsentation mit dem Auftraggeber statt, bei dem die ersten analogen Entwürfe von den Lernenden präsentiert und diskutiert wurden. Es folgte eine Besprechung zwischen Auftraggeber und Lehrkräften, bei der eine erste Auswahl geeigneter Entwürfe getätigt wurde.</p> <p>Vier Wochen später fand eine gemeinsame Abschlusspräsentation statt. Nach dem Abschlusspräsentation wurden Plakate von den Auftraggebern gemeinsam mit den Lehrkräften gesichtet und bewertet. Eine Vorauswahl von etwa zehn Entwürfen wurde den Auftraggebern in einer Mappe mitgegeben, die dann in der Denkmalbehörde von anderen Beteiligten ebenfalls bewertet wurden.</p> <p>Die Kommunikation mit dem Auftraggeber erfolgte während des Prozesses gebündelt über die Lehrkräfte, damit der Auftraggeber nicht permanent mit teils sinnlosen Einzelfragen „bombardiert“ wird.</p>
<p><b>Struktur, Arbeitsteilung und Betreuung</b> Welche Lehrkräfte haben die SchülerInnen betreut? Wie wurde die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Lehrkräften organisiert?</p>	<p>Der Stundenplan wurde nicht aufgelöst. Die Auftragsbearbeitung fand sowohl innerhalb als auch außerhalb des Stundenkontingents des Fachs statt. Die Lernenden sind bspw. nach dem Unterricht im Zuge des eigenverantwortlichen Arbeitens zu den Denkmälern gefahren und haben diese fotografiert.</p> <p>Während der Auftragsbearbeitung wurden durch die Lehrenden immer wieder theoretische Blöcke eingeschoben, um beispielsweise anhand von vorbereitetem Unterrichtsmaterial und Gestaltungsbeispielen Kriterien der Plakatgestaltung zu erarbeiten.</p>
<p><b>Auftragsbearbeitung durch SchülerInnen</b> Wie wurden die Schüler zugeordnet? Selbständigkeit, Aufgaben, Teams</p>	<p>Die Bearbeitung des Auftrags erfolgte von jedem Lernenden einzeln und arbeitsgleich. Es gab aber immer wieder Phasen, in denen ein enger Austausch zwischen den Lernenden und auch zwischen den Klassen stattfand.</p> <p>Nach dem Briefing mit dem Auftraggeber folgte eine kreative analoge Phase, in der recherchiert und fotografiert wurde, Ideen entwickelt und gescribbelt wurden. Den Lernenden wurde durch die Denkmalbehörde Zugang zu etlichen, sonst nicht zugänglichen, Denkmälern ermöglicht, um bspw. Fotos oder Skizzen anfertigen zu können. Hierzu haben die</p>

	<p>Lernenden u. a. eine Liste aller Denkmäler, inkl. Fotos, Ansprechpartnern und Öffnungszeiten zur Verfügung gestellt bekommen.</p> <p>Aus dieser Phase gingen je zwei Grundideen in Form von analogen Entwürfen hervor, die bei einer Zwischenpräsentation präsentiert wurden.</p> <p>Innerhalb der nächsten vier Wochen nach der Zwischenpräsentation wurden die Entwürfe digitalisiert, entsprechend der Ideen des Auftraggebers angepasst und Varianten entwickelt.</p> <p>Die finalen Entwürfe wurden dem Auftraggeber von jedem Lernenden einzeln auf etwa vier Präsentationsfolien unter Erläuterung der syntaktischen und semantischen Mittel vorgestellt.</p> <p>Nach der Abschlusspräsentation wurden letzte Korrekturen durch die Lernenden durchgeführt und es folgte die Druckfreigabe des Siegerentwurfs.</p> <p>Eine <i>komplett eigenständige</i> Planung und Durchführung im Sinne einer vollständigen Handlung war allein aufgrund der schulischen Rahmenbedingungen (schulische Termine) nicht möglich.</p>
<p><b>Dokumentation durch SchülerInnen</b></p> <p>Vereinbarungen z.B. über Form des Projektergebnisses oder vergleichbarer Ausarbeitungen über die Auftragsbearbeitung</p>	<p>Es gab keine Dokumentation des Projekts. Jedoch gab es immer wieder Phasen der Reflexion z. B. bei sog. Kreativmeetings, bei denen die Tische zusammengeschoben werden und alle Entwürfe auf den Tischen liegend präsentiert werden. Die Lernenden berieten sich gegenseitig und gaben sich Feedback.</p> <p>Außerdem wurde jede Phase des Kreativprozesses durch spontane mündliche Reflexionsphasen reflektiert und in den größeren Kontext eingeordnet.</p>

## Nachbereitung des Auftrags

<p><b>Nachbereitung und Abschluss mit den Auftraggebern</b></p> <p>Auswertungsgespräche, Rückkopplung der SchülerInnen-Berichte an den Auftraggeber, Präsentationen der SchülerInnen, Aufgreifen des Auftrags im nachfolgenden Fachunterricht</p>	<p>Neben der Abschlusspräsentation wurde den Lernenden im Rahmen des Tag des offenen Denkmals ermöglicht, alle Plakate in einem der Denkmäler, dem Wasserschloss Haus Rodenberg, auszustellen. Die Ausstellung wurde feierlich mit einer Rede der Leitung der Denkmalbehörde eröffnet und alle Arbeiten wurden in diesem Rahmen noch einmal besonders gewürdigt.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der SchülerInnen</b></p> <p>Wie waren die Rückmeldungen der SchülerInnen?</p>	<p>Die SchülerInnen bewerteten den Auftrag als erfolgreich und empfanden das Projekt sehr bereichernd. Die Lernenden haben ihren individuellen Entwurf auch überwiegend in ihr Bewerbungsportfolio für ein Studium oder eine Ausbildung im Designbereich aufgenommen.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Lehrkräfte</b></p> <p>Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Trotz anfänglicher Zweifel am Thema des Auftrags wird das Projekt rückblickend als sehr positiv bewertet. Es gab sogar Überlegungen, einen solchen Auftrag in Kooperation mit der Denkmalbehörde dauerhaft zu integrieren und jährlich stattfinden zu lassen.</p>

	Aufträge von außen brechen den Schulalltag auf und ermöglichen neue Ein- und Ausblicke und sind daher teils gern gesehene Abwechslung. Trotzdem sollte der Aufwand nicht unterschätzt werden.
<b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Auftraggeber</b> Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.	Alle Beteiligten auf Seiten des Auftraggebers waren sehr angetan und haben sich gefreut, dass die Lernenden den Auftrag bearbeitet haben. Der Anerkennung und Wertschätzung wurde durch die feierliche Ausstellung der Entwürfe besonderen Ausdruck verliehen.
<b>Ergänzungen</b> Weitere Besonderheiten, Vergütung, Auswirkungen auf den Bildungsgang, Deputatsregelung; Welche notwendigen Veränderungen auf das Curriculum bzw. die Organisationstruktur des Bildungsganges ergaben sich aus der Durchführung des Auftrags?	Es gab für das Gewinnerplakat ein Preisgeld.

## Fazit / Empfehlungen

Welche Erfahrungen sollten bei zukünftigen Kundenaufträgen berücksichtigt werden?

- Es werden nur Aufträge angenommen, die nicht kommerziell vergeben werden würden, um eine Konkurrenzsituation zu vermeiden. Daher eignen sich bspw. städtische Auftraggeber besonders gut. Allerdings sind diese Auftraggeber nicht gewohnt, gestalterische Aufträge zu erteilen, weshalb die Lehrenden nicht nur die Lernenden, sondern auch die Auftraggeber an einen realen Auftrag heranführen müssen. Dies mündet im Endeffekt meist in einer „normalen“ Lernsituation, lediglich mit realem „Beigeschmack“.
- Reale Kundenaufträge müssen innerhalb eines Rahmens genug kreativen Freiraum zulassen. Außerdem sollte die Auftragsbearbeitung einen Mehrwert für die Lernenden und die Schule bringen.
- Die potenzielle Verwendung des Gestaltungsergebnisses fördert die Selbstwirksamkeit, motiviert die Lernenden und unterscheidet einen rein schulischen Auftrag von einem realen. Eine erste reale Veröffentlichung einer Arbeit stellt gleichzeitig eine gute Referenz für zukünftige Bewerbungen dar. Außerdem sind solche realen Projekte häufig kompetitiv, was ebenfalls motivierend wirken kann. Der reale Charakter eines solchen Auftrags wird auch deutlich, wenn der Auftraggeber Lernende auf Rechtschreibfehler in den Präsentationsfolien aufmerksam macht und den Lernenden das sichtlich peinlich ist – anders als im regulären Unterricht.
- Eigentlich optimale Bedingungen: Passend zur didaktischen Jahresplanung, kreative Freiheit und Eigenleistung im Kreativprozess, Rahmenbedingungen stehen (Format, Termine, Texte), Lebensweltbezug und Freude für Lehrende und Lernende, Zugang und Informationen, zugewandte und begeisterungsfähige Kommission des Auftraggebers vor Ort.
- Die Zusammenarbeit mit externen Auftraggebern ist ein ständiger Lernprozess, da immer wieder neue Probleme auftauchen. Aus diesem Projekt lässt sich mitnehmen, dass der genaue Rahmen (beteiligte Akteure, Produkte, Freiräume, Umsetzung, Zeitrahmen, etc.) abgesteckt sein muss. Aus einem anderen Projekt wird deutlich, dass auch der Auftraggeber Termine verbindlich einhalten muss, wenn beispielsweise Texte benötigt werden. Wenn

Inhalte fehlen, leidet der Prozess darunter und es muss beispielsweise mit Platzhaltern kompensiert werden. Noch besser ist es, wenn Informationen (Texte, Inhalte, Produkte, etc.) bereits zu Beginn des Projektes vorliegen. Alle mündlich getroffenen Absprachen sollten z. B. in Form eines Briefings verschriftlicht und fixiert werden.

- Durch einen realen Kundenauftrag werden keine anderen Kompetenzziele angesprochen. Die in den Anforderungssituationen formulierten Kompetenzziele sind schließlich auf reales Berufshandeln ausgerichtet. Trotzdem können einige (Individual-/Sozialkompetenz) direkter und besser verfolgt werden als im rein schulischen Kontext.
- Ein solches reales Projekt zeichnet sich, ähnlich wie Betriebspraktika, dadurch aus, dass es den Lernenden in einer vollzeitschulischen Berufsausbildung ermöglicht, an Lebens- und Berufserfahrungen reicher zu werden, im Kontakt mit der realen Außenwelt. Das Feedback ist ehrlich, real aber unsachlich und subjektiv – anders als im Austausch mit den Fachlehrkräften sonst im normalen Unterricht. Anekdoten der Lehrkräfte aus der realen Berufswelt können nachvollzogen werden, wie Aussagen des Auftraggebers: „Oh, das ist aber schön bunt“.
- Der Organisationsaufwand als Lehrkraft in einem solchen Projekt ist deutlich größer als im regulären Unterricht. Die größere Motivation der Lernenden ist aber auch der Antrieb und Motivation bei einigen Lehrenden, diesen Aufwand auf sich zu nehmen.
- Reale Kundenaufträge im Unterricht zu behandeln ist in den Bildungsplänen und somit auch in der didaktischen Jahresplanung nicht vorgesehen, da es vom Land NRW nicht erwünscht ist. Gründe hierfür sind u. a. die Konkurrenzsituation und eine Vergleichbarkeit in allen Regionen des Landes (auch im ländlichen Bereich). Wenn man reale Kundenaufträge engagiert verfolgt, kann es sein, dass dadurch dann einige andere Inhalte zu kurz kommen könnten.
- Ein Kundenauftrag muss sich in die didaktische Jahresplanung integrieren lassen.
- Lehrende sollten gut vernetzte Gestaltungs-Allrounder sein. Sie benötigen grundlegende Gestaltungskompetenzen und Kenntnis vom Gestaltungsworkflow. Eine Vernetzung zu Experten in bestimmten Bereichen (z. B. Illustration, Foto, Druck, etc.) ist von Vorteil, um sich gegenseitig zu unterstützen.
- Solche Projekte bieten sich an, um medial begleitet zu werden (z. B. Fotos während der Präsentationen) und anschließend über Pressemitteilungen auf der Internetseite veröffentlicht zu werden. Diese Aufgaben können auch an SchülerInnen abgegeben werden.



## NPBK × Gemeinde Langerwehe



Abbildung 5: Einige finale Handlungsprodukte (Logos) für die Tourismusmarke der Gemeinde Langerwehe bei der offiziellen Abstimmung über einen Siegerentwurf; Siegerlogo mittig (Quelle: MHA/Merve Polat)

### Rahmendaten

<b>Auftraggeber</b> Nennung, kurze Beschreibung	Der Auftraggeber war der <i>Tourismusverband</i> der <i>Gemeinde Langerwehe</i> im Kreis Düren. ( <a href="http://www.tourismuslangerwehe.de">http://www.tourismuslangerwehe.de</a> )
<b>Auftrag</b> Beschreibung des Auftrags in Kurzform mit ggf. curricular bedingten Anpassungen aufzuführen	Nach der Auskohlung des Tagebaus Inden (ca. 2035) soll ein künstlicher See entstehen. Die Gemeinde Langerwehe liegt daher in Zukunft unmittelbar zwischen Indesee und Voreifel. Dieses Potenzial soll in den nächsten Jahren genutzt werden, um Langerwehe für den Tourismus attraktiver zu gestalten. Der Gemeinderat hat den „Arbeitskreis Tourismus“ beauftragt Langerwehe im Bereich Tourismus voranzubringen. Begonnen werden soll mit einem Tourismuslogo, welches die gesamte Gemeinde Langerwehe widerspiegelt.  Wunsch des Auftraggebers: Tourismuslogo für Gemeinde Langerwehe entwickeln.
<b>Schule</b> Name, Ort	Nelly-Pütz-Berufskolleg des Kreises Düren, Düren ( <a href="http://www.nelly-puetz-bk.de">www.nelly-puetz-bk.de</a> ; Schwerpunkte: Gestaltung, Gesundheit und Soziales)

	Der Auftrag sollte ursprünglich parallel auch am Fachbereich Gestaltung der Fachhochschule Aachen bearbeitet werden. Dies ist aber aufgrund von terminlichen Problemen nicht zustande gekommen.
<b>Form der Anbahnung</b> Anfrage von außen, Akquise durch SchülerInnen, Längerfristige Kooperation, Persönlicher Kontakt, ...	Anfrage von außen, E-Mail an Kollegen, weitergeleitet, ehemalige Schülerin des Berufskollegs in „Arbeitskreis Tourismus“
<b>Zeitraum</b> ggf. auf einbezogene Schulferien hinweisen	Erster / Letzter Kontakt zum Auftraggeber: Februar 2021 / März 2022 Auftragsdurchführung: November 2021 bis Januar 2022 (2 Wo. Weihnachtsferien frei) Endabgabe: Dezember 2021; Vorauswahl durch Kunden Januar 2022; Ernennung des Siegerentwurfes: Februar 2022
<b>Bildungsgang</b>	Dreijährige Berufsfachschule (Anlage C 1 APO-BK): Gestaltungstechnische AssistentInnen Schwerpunkt Grafikdesign und Objektdesign <i>mit</i> Fachhochschulreife
<b>Stufe / Klasse</b>	13.1 (drittes Ausbildungsjahr) / 1 Klasse / 9 SchülerInnen
<b>Beteiligte Lehrkräfte</b> Welche Lehrkräfte waren an der Vorbereitung und Durchführung unmittelbar beteiligt (mit Angabe der Fächer)?	Eine Lehrkraft: FachlehrerIn Gestaltungstechnik
<b>Verfasser</b> gleichzeitig Ansprechpartner für Fragen	Florian Kuenen und Befragungsperson 6 (B6)

Terminplanung

WANN?	WAS?
12.11.21	Briefing, Re-Briefing
15.11.21	Planung, Ideenfindung
19.11.21	Ideenfindung, Beratung
22.11.21	- " -
26.11.21	
29.11.21	
03.12.21	bisher: Rückmeldung
06.12.21	Fertigung Logo
10.12.21	- " -
13.12.21	- " -
17.12.21	Präsentationsunterlagen vorbereiten
20.12.21	
10.01.22	Flugabe <sup>1 Seite für's gemeinsame</sup>
14.01.22	mögliche Pläs: i

14h  
12h

Mögliche 2P-Termine vor Ort (?)

- Logo
  - farbig (+ Farbwerte)
  - s/w
  - Graustufen
- kurzer Text (4-5 Sätze) für Handout
- Präsentation

Abbildung 6: Projektablaufplan für Tourismusmarke Gemeinde Langerwehe (Quelle: NPBK)

## Vorbereitung des Auftrags fachlich-inhaltlich

<p><b>Curriculare Verankerung</b> In welchen Fächern? Welche Kompetenzen / Inhalte wurden vermittelt?</p>	<p>Der Auftrag wurde ausschließlich in dem Profulfach Gestaltungstechnik (6 Unterrichtsstunden je Woche (UStd.)) AF 3.3 Zielgruppengerechte Gestaltung eines visuellen Zeichens nach Kundenauftrag bearbeitet. Die Kompetenzerwartungen können dem Bildungsplan entnommen werden.</p>
<p><b>Organisatorische Vorbereitung</b> Kontakte mit Auftraggeber, Schulinterne Vorbereitung, Vorbereitung der SchülerInnen</p>	<p>Im Februar 2021 kam von einer ehemaligen Schülerin, die im „Ausschuss für Tourismus“ der Gemeinde Langerwehe sitzt, eine Anfrage per Mail an eine Lehrkraft ihrer alten Schule mit der Idee durch die SchülerInnen ein Tourismuslogo entwickeln zu lassen. Die Lehrkraft hat die Anfrage an die Befragungsperson weitergeleitet, mit dem Wissen, dass sie gerne reale Kundenaufträge im Unterricht mit den Lernenden umsetzt. Gemäß der didaktischen Jahresplanung (bzw. Bildungsplan) bot sich die Auftragsdurchführung im ersten Halbjahr der Oberstufe an, nachdem eine reguläre Lernsituation zu dem Thema bereits durchgeführt wurde. Bevor es an die Bearbeitung des Kundenauftrags ging, haben sich die Befragungsperson und der Auftraggeber gemeinsam in der Schule getroffen, um die Rahmenbedingungen (Wer erteilt den Auftrag, zeitlicher Rahmen, Vergütung, Präsentation, etc.) festzulegen. Die Schulleitung wurde in die Absprachen involviert, um informiert zu sein.</p>
<p><b>Besonderheit der Umsetzung</b></p>	<p>Die Erarbeitung der Inhalte erfolgte in einer <i>vorgelagerten regulären</i> Lernsituation, bei der ein <i>fiktiver</i> Kundenauftrag bearbeitet wurde. Im Gegensatz zu einem realen Kundenauftrag ist ein fiktiver didaktisch-pädagogisch konstruiert und stellt die Ganzheitlichkeit (Umfang) der Lernsituation sicher. Dies ist besonders in Prüfungsfächern sehr wichtig. Somit dient hier die Bearbeitung dieses realen Kundenauftrags als eine Art Vertiefungsprojekt, bei dem keine Inhalte mehr erschlossen werden mussten und der Fokus <i>allein</i> auf der Dienstleistung liegt. Die Erfahrung zeigt, dass eine Kombination aus schulischer Lernsituation und Auftragsbearbeitung einen Kompromiss darstellt und entweder die Kundenwünsche oder wichtige Inhalte zu kurz kommen. In Nicht-Prüfungsfächern ist das unter Umständen anders. Weiterer Vorteil ist, dass die Lernenden aufgrund des Vorwissens das Kundenbriefing besser verstehen konnten und Umgangssprachliches fachsprachlich interpretieren konnten.</p>

## Durchführung des Auftrags

<p><b>Ort</b> In welcher schulischen Umgebung – Labore, Werkstätten etc.</p>	<p>Der Ort der Auftragsbearbeitung war der reguläre Fachraum, ein Computerraum (ausgestattet mit iMacs, Adobe CC, Schriftbücher, Farbfächer, Plakate zu Colormanagement, Beamer mit Apple TV, Drucker, etc.). Alle Lernenden sind mit iPads und Apple Pencil</p>
--	--

	<p>ausgestattet, sodass auch die eigentlich analoge Ideenfindungsphase überwiegend mit Zeichenprogrammen auf den iPads stattfand.</p>
<p><b>Einbeziehung des Auftraggebers</b>  <small>In welcher Form haben Auftraggeber mitgewirkt oder wurden einbezogen?</small></p>	<p>Der Start der Auftragsbearbeitung begann im November 2021 mit einer vorbereitenden Analyse des schriftlichen Briefings des Auftraggebers. Bezugnehmend auf das Briefing wurde ein Fragenkatalog für den Auftraggeber entwickelt. Daran anschließend erfolgte am gleichen Tag ein Re-Briefing in Form einer Kick-off Veranstaltung mit allen Beteiligten. Im Rahmen dieser Veranstaltung hat der Auftraggeber sich vorgestellt und den Auftrag mündlich übergeben. Die Lernenden hatten in diesem Zuge auch die Möglichkeit ihre Fragen zu stellen. Es war zu Beginn eine Zwischenpräsentation und eine Abschlusspräsentation vor Ort in der Schule geplant, die aber aufgrund terminlicher Schwierigkeiten anderweitig kompensiert wurden. Es gab nicht „den einen“ Ansprechpartner als Auftraggeber, sondern alle Entscheidungen, z. B. Feedback, mussten in dem Ausschuss für Tourismus diskutiert werden.</p>
<p><b>Struktur, Arbeitsteilung und Betreuung</b>  <small>Welche Lehrkräfte haben die SchülerInnen betreut? Wie wurde die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Lehrkräften organisiert?</small></p>	<p>Die betreuende Lehrkraft war die Fachlehrkraft in Gestaltungstechnik. Die Lehrkraft nahm eine vermittelnde Position bei der Kommunikation mit dem Auftraggeber ein. Die Lernenden haben eigenständig Fragen und Informationen für den Auftraggeber zusammengestellt, welche von der Lehrkraft an den Auftraggeber via Mail nach fast jeder Unterrichtseinheit übermittelt wurde. Über den gesamten Projektverlauf konnte von der Lehrkraft eine moderierende Rolle eingenommen werden und die SchülerInnen möglichst selbstständig arbeiten lassen.</p> <p>Der Stundenplan wurde nicht aufgelöst. Die Bearbeitung des Auftrags fand innerhalb des Stundenkontingents des Fachs statt. Die Abschlusspräsentation fand außerhalb des Stundenplans abends statt.</p>
<p><b>Auftragsbearbeitung durch SchülerInnen</b>  <small>Wie wurden die Schüler zugeordnet? Selbständigkeit, Aufgaben, Teams</small></p>	<p>Die Lernenden haben nach dem (Re-)Briefing gemeinsam mit der Lehrkraft einen Projektplan mit Terminen erstellt und mit dem Auftraggeber abgesprochen, wobei einige Termine schon im Vorfeld zwischen Lehrkraft und Auftraggeber fixiert wurden. Die Lernenden haben anschließend, aufgrund des Vorwissens, sehr eigenständig arbeitsgleich mit der Ideenfindung begonnen und erste Entwürfe ausgearbeitet. Nach einigen Wochen der Auftragsbearbeitung wurde der Zwischenstand der digitalen Entwürfe zunächst intern ohne Auftraggeber präsentiert und diskutiert und anschließend dem Auftraggeber via E-Mail mit der Bitte um Feedback zugesandt. Die E-Mail (PDF) enthielt je SchülerIn mindestens zwei Entwürfe und verschiedenen Varianten. Das ausführliche aber wertfreie Feedback des Kunden mit Änderungswünschen konnte dann anschließend von den Lernenden in einer finalen Phase umgesetzt werden.</p>

	Die neun finalen Entwürfe (je SchülerIn einer) wurden dem Auftraggeber gesammelt in einer Präsentationsmappe via E-Mail zur Verfügung gestellt. Daraufhin gab es eine letzte kleine Feedbackphase und die drei FinalistInnen wurden ausgewählt. Außerunterrichtlich wurde von den Lernenden letzte kleine Änderungen gemäß des Feedbacks vorgenommen.
<b>Dokumentation durch SchülerInnen</b> Vereinbarungen z.B. über Form des Projektergebnisses oder vergleichbarer Ausarbeitungen über die Auftragsbearbeitung	Der Auftrag wurde nicht dokumentiert, da in einer Dokumentation kein Mehrwert für die Lernenden gesehen wird. Viel wichtiger sei ein gut präsentiertes, gelungenes, „sauberes“ Endprodukt. Reflexionsanlässe ergaben sich immer wieder spontan im Prozess und wurden mündlich durchgeführt.

Nelly Pütz  
Berufskolleg  
des Kreises Düren



---

## Gestaltung einer aussagekräftigen Wort- oder Wort-Bild-Marke für Tourismus Langerwehe

von



**Langerwehe**  
zwischen Indeland und Eifel

Logo farbig

**konzeptioneller Leitgedanke**  
 Wenn man auf das Logo blickt, weiß man direkt, was es darstellen soll. Man weiß, was gemeint ist und vor allem auch wo es ist. Mein Leitgedanke war es, ein Standortlogo zu erstellen mit den Sehenswürdigkeiten von Langerwehe.  
 Im Vordergrund sieht man die Natur und Felder in Gelb. Die Voreifel wird durch die Hügel in einem Tannengrün dargestellt und die grüne Outline des Standortfeils kann auch dafür stehen, dass Langerwehe umhüllt von Natur ist. Beide Hügel zusammen ergeben die Form eines Herzens. Dazwischen fließt die Wehe, in einem Blautönen dargestellt und im Hintergrund ist die Stadt in Rot zu sehen oder in diesem Fall nur die Hauptattraktionen von Langerwehe.  
 Diese lassen sich perfekt als Graustufen und ebenfalls in schwarz-weiß darstellen. Meine Idee war, das Logo so simpel und verständlich wie möglich darzustellen sodass man aber trotzdem noch weiß, was es sein soll. Die Wort-Bild-Marke habe ich im Star-Prinzip angeordnet, sodass der Standortpfeil auf das Wort „Langerwehe“ zeigt. Das zeigt noch mehr, dass es sich um Langerwehe handelt und was man dort zu sehen bekommt. Dadurch wird das Logo noch mehr hervorgehoben und ist präsenter. Ich habe es als Standpunkt dargestellt, weil diese Idee innovativ ist und diese nicht häufig im Tourismusbereich vertreten ist.



**Langerwehe**  
zwischen Indeland und Eifel

Logo Graustufen



**Langerwehe**  
zwischen Indeland und Eifel

Logo s/w

**Futura Medium**  
**Avenir Book**  
Schriften

C=100 M=19 Y=100 K=40	C=73 M=4 Y=9 K=0	C=5 M=18 Y=89 K=0
C=15 M=100 Y=90 K=10	C=81 M=0 Y=0 K=100	

Farbwerte CMYK

Abbildung 7: Finales Siegerlogo für die Tourismusmarke der Gemeinde Langerwehe (Quelle: NPBK)

## Nachbereitung des Auftrags

<p><b>Nachbereitung und Abschluss mit den Auftraggebern</b></p> <p>Auswertungsgespräche, Rückkopplung der SchülerInnen-Berichte an den Auftraggeber, Präsentationen der SchülerInnen, Aufgreifen des Auftrags im nachfolgenden Fachunterricht</p>	<p>Im Rahmen einer Sitzung des Kulturausschusses der Gemeinde Langerwehe, bestehend aus ca. 20 Beteiligten, wurden die drei favorisierten Entwürfe präsentiert und über sie diskutiert. Live vor Ort wurde abgestimmt und der Siegerentwurf bekanntgegeben. Der Auftraggeber hat sich in einem Dankeschreiben für die Zusammenarbeit und die Ergebnisse bedankt.</p> <p>Als Preisgeld gab es 500 € für die Klassenkasse und 250 € für die Siegerin.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der SchülerInnen</b></p> <p>Wie waren die Rückmeldungen der Schülerinnen?</p>	<p>Die Lernenden waren zunächst sehr unsicher was die Zusammenarbeit mit einem externen Auftraggeber betrifft. Diese Unsicherheit war jedoch vollkommen unbegründet, da die Mitglieder des Ausschusses sehr lieb, einfühlsam, interessiert, zugänglich und teils sogar zu vorsichtig waren. Alles in allem war die Auftragsbearbeitung und die Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber eine sehr positive Erfahrung, bei der die SchülerInnen Selbstwirksamkeit erfahren haben und ihr berufliches Können unter Beweis stellen konnten.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Lehrkräfte</b></p> <p>Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Die Lehrkraft hätte sich teils ein bestimmteres Auftreten des Auftraggebers gewünscht, bei dem die Lernenden nicht als „SchülerInnen“, sondern als „GestalterInnen“ angesprochen werden. Dies hat sich aber auch im Verlauf des Projekts gewandelt. Alles in allem wird auch von der Lehrkraft das Projekt sehr positiv bewertet. Erfreulich war auch, dass über das Projekt in der lokalen Zeitung berichtet wurde und damit „Werbung“ für den Bildungsgang gemacht werden konnte. Die Lehrkraft ist erleichtert, dass trotz der geringen SchülerInnenzahl und der relativ leistungsschwachen Klasse so gute Ergebnisse bei rumgekommen sind.</p>
<p><b>Bewertung des Auftrags aus Sicht der Auftraggeber</b></p> <p>Wie bewerten die Lehrkräfte den Erfolg des Auftrags? Positive und kritische Einschätzungen.</p>	<p>Die Auftraggeber haben immer wieder die Arbeit der Lernenden gelobt und waren – so vermutet es die Lehrkraft – positiv überrascht von so einem guten Ergebnis.</p>
<p><b>Ergänzungen</b></p> <p>Weitere Besonderheiten, Vergütung, Auswirkungen auf den Bildungsgang, Deputatsregelung; Welche notwendigen Veränderungen auf das Curriculum bzw. die Organisationstruktur des Bildungsganges ergaben sich aus der Durchführung des Auftrags?</p>	<p>Das Erstellen einer gemeinsamen Zwischenpräsentation wurde als Herausforderung gesehen (z. B. wurden Textrahmen verschoben, Proportionen nicht eingehalten, etc.). Dies war für die Lernenden ein „Augenöffner“, wie wichtig eine ordentliche Abschlusspräsentation ist, weshalb das dann beim zweiten Mal deutlich besser klappte.</p>

## Fazit / Empfehlungen

Welche Erfahrungen sollten bei zukünftigen Kundenaufträgen berücksichtigt werden?

- Die Arbeit mit externen Auftraggebern erfordert besondere Sorgfalt und ein erhöhtes Engagement der Lehrkraft. Dabei handelt es sich vorrangig um terminliche und organisatorische Vor- bzw. Nacharbeit und Kommunikation mit dem Auftraggeber,

Absprachen mit der Schulleitung, Pressearbeit, aber auch das Beheben von Fehlern der Lernenden. Dies sind Aspekte, die bei normalen Lernsituationen wegfallen. Der erhöhte Aufwand kann andere Lehrkräfte davor abschrecken, reale Kundenaufträge im Unterricht zu behandeln.

- Zielvereinbarungen (Produkte, Termine, etc.) müssen ganz klar kommuniziert und abgesprochen werden.
- Jedem Schulprojekt schwingt eine Unsicherheit mit, ob das finale Endprodukt den Auftraggeber zufrieden stellt. Das ist den Auftraggebern bewusst, darauf muss aber nicht extra hingewiesen werden. Durch die Bearbeitung realer Aufträge in Schule erhalten die Auftraggeber mit einer Agenturleistung nicht vergleichbare aber doch hochwertige Produkte.
- Man benötigt immer einen zeitlichen Puffer für die Auftragsbearbeitung. Schließlich können immer unvorhergesehene Ereignisse den geplanten Ablauf negativ beeinflussen.
- Es sollte bei der Auswahl der Aufträge und des Auftraggebers darauf geachtet werden, dass Lernende nicht als günstige Arbeitskräfte missbraucht werden, sondern beide Parteien etwas davon haben. Beispielsweise muss eine Nähe zum Bildungswesen bestehen oder der Auftraggeber muss ein regionales Interesse besitzen. Daraus ergibt sich meist zusätzlich die Chance der lokalen Berichterstattung über solche Projekte.
- Die neuen Bildungspläne sind deutlich konkreter geworden und lassen nicht mehr so viel Interpretationsspielraum zu, um reale Kundenaufträge einzubeziehen.
- Reale Kundenaufträge können besonders gut in der Oberstufe bearbeitet werden, da hier der Bildungsplan entsprechende zeitliche Freiräume bereithält.
- Aus dieser Variante, bei der die Inhalte vorher bereits fiktiv erarbeitet wurden, ergeben sich einige Vorteile: Die Lernenden können anhand des realen Auftrags noch einmal ihr Gelerntes anwenden, üben und festigen. Außerdem kann die Auftragsbearbeitung sehr eigenständig erfolgen und die Kommunikation mit dem Auftraggeber verläuft professioneller unter Verwendung der entsprechenden Fachsprache. Wobei der eigentliche Grund nicht die genannten sind, sondern weil somit nicht die Gefahr besteht, dass der Kundenauftrag nicht ergiebig genug ist.
- Der reale Kundenauftrag integriert reale „betriebliche“ Praxis in eine sonst vollzeitschulische Berufsausbildung und ermöglicht damit eine Erweiterung des Horizonts. Trotzdem ist es nicht betrieblich, es bleibt schulisch aber mit außerschulischem Einfluss.
- Durch einen realen Kundenauftrag werden keine *anderen* Kompetenzziele angesprochen, aber es findet eine Schwerpunktverlagerung statt.
- Reale Kundenaufträge sind viel realer und beinhalten daher stets eine gewisse Ungewissheit und Unvollständigkeit, um als schulische Lernsituation zu funktionieren.
- Die Lernenden empfinden das Feedback einer externen Person (Auftraggeber) ehrlicher, echter und ohne fachliches Hintergrundwissen. Lehrerfeedback steht bei den Lernenden im Verdacht stets pädagogisch-perspektivisch zu sein. Externes Feedback ist somit motivierender und führt zu einer anderen (beruflichen) Selbstwirksamkeitserfahrung, als in der Schule.
- Alles in allem wird das Projekt als sehr erfolgreich bewertet. Der zeitliche Rahmen war angemessen und auch die Kommunikation mit dem Auftraggeber verlief zügig und problemlos. Gerade die Kommunikation mit dem Kunden kann ein Projektverlauf verlangsamen, wenn E-Mails nicht zeitig beantwortet werden.
- Trotz der geringen SchülerInnenzahl sind einige qualitativ zufriedenstellende Ergebnisse erzielt worden.

Dieser Leitfaden ist zugehörig zur Masterarbeit von Florian Kuenen.

Fachhochschule Münster  
University of Applied Sciences  
IBL – Institut für Berufliche Lehrerbildung

Name: Florian Kuenen  
E-Mail: florian.kuenen@fh-muenster.de

Studiengang: Master of Education für das Lehramt an Berufskollegs  
Berufliche Fachrichtung: Mediendesign/Designtechnik  
Allgemeinbildendes Fach: Wirtschaftslehre/Politik  
Modul: Masterarbeit

Erstprüfer: Prof. Dr. phil. Marc Krüger  
Zweitprüfer: Matthias Ruhe M.A.

Datum der Abgabe: 15.08.2022