netzwerk n

Digital Change Maker

Engagiert im digitalen Raum

EIN HOW-TO FÜR STUDENTISCHE INITIATIVENARBEIT

RFS Reinhard Frank-Stiftung

STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Die Erstellung des How-tos wurde durch Fördermittel
der Reinhard Frank-Stiftung im Rahmen einer Programm-
kooperation mit dem Stifterverband ermöglicht.

RFS Reinhard Frank-Stiftung

STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Inhalt

01
Einleitung

Seite 04

02
Facilitation im digitalen Raum?

Seite 08

03
Spaß im digitalen Raum

Seite 12

04
Storytelling im digitalen Raum

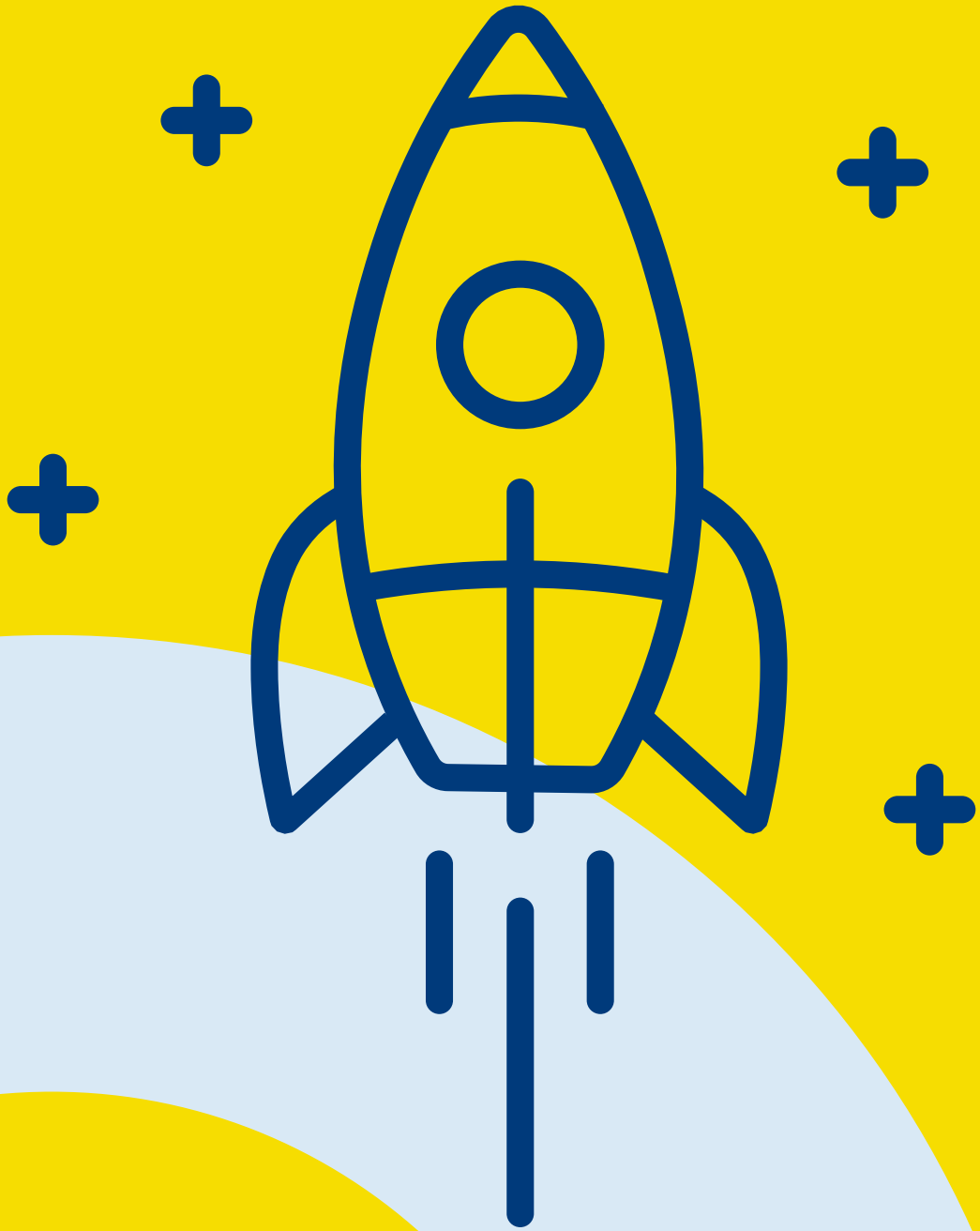
Seite 16

05
Projektmanage-ment im digitalen Raum

Seite 20

Impressum

Seite 24



01

Einleitung

Wir sehen an vielen Stellen, wie aktiv und innovativ Studierende mit ihrem vielfältigen Engagement Hochschulen und Gesellschaft mitgestalten. Studierendeninitiativen spielen hierbei eine zentrale Rolle. Sie ermöglichen, dass sich interdisziplinäre und jahrgangsübergreifende Netzwerke bilden, in denen Studierende mit ähnlichen Interessen und Zielen zusammenarbeiten, sich persönlich weiterentwickeln und als Change Agents wirken.

Die Initiativenarbeit ist geprägt von einem starken Miteinander der engagierten Studierenden, lebendigem Austausch und Kollaboration. In Zeiten von Corona und der Notwendigkeit physischer Distanz standen und stehen viele studentische Initiativen vor der Herausforderung, ihre (Zusammen-)Arbeit und erfolgreichen Aktivitäten auch im digitalen Raum aktiv, zielorientiert und gemeinschaftlich auszuüben.

In diesem How-to haben die DigitalChangeMaker des Hochschulforums Digitalisierung und Mitglieder des netzwerk n jede Menge **Tipps, Tricks & Learnings** zusammengetragen, die Studierendeninitiativen in ihrer Arbeit im digitalen Raum unterstützen sollen. Die vorgestellten Hacks stellen dabei eine Aufbereitung von Workshop-Inhalten aus der fünftägigen Qualifizierungsreihe für studentische Initiativen „Engagiert im digitalen Raum" der DigitalChangeMaker und des netzwerk n dar.

An dieser Stelle noch einmal herzlichen Dank an alle **Teilnehmer*innen** der Qualifizierungsreihe & die **Workshop-Geber*innen – Anna Struth, Judith Koeritz, Yasmin Djabarian, Paolo Ghisleni, Amy Pradell, Jessica Valdez, Jürgen Schiffer, Luca Schnitter** – für die spannenden Impulse und ihre Mitwirkung an diesem How-to.

Auch wenn das Qualifizierungsspecial im Februar 2021 als Unterstützungsangebot für Initiativenarbeit unter #CoronaCampus-Bedingungen umgesetzt wurde, bieten die folgenden Ideen und Impulse zu **Facilitation, Spaß, Storytelling und Projektmanagement** sicherlich auch abseits von rein digitalen Arbeits- und Kollaborationssettings food for thought. Spannend ist in diesem Zusammenhang auch ein Blick in die Zukunft: Wie kann die Zusammenarbeit in Studierendeninitiativen künftig gestaltet werden? Wo und wie lassen sich digitale und analoge Szenarien wirkungsvoll verknüpfen?

Wir hoffen, dass euch unser How-to bei eurer Arbeit unterstützt und freuen uns, mit euch im Austausch zu sein!

Eure DigitalChangeMaker & euer netzwerk n

Zukunfts-AG DigitalChangeMaker

In der studentischen Zukunfts-AG „DigitalChange-Maker" des Hochschulforums Digitalisierung arbeiten Studierende aus unterschiedlichen Fachbereichen, Hochschulformen und Regionen in selbst gewählten studentischen Veränderungsprojekten zusammen. Die AG-Mitglieder bringen studentische Perspektiven laut hörbar in den Diskurs rund um den digitalen Wandel an Hochschulen ein und entwickeln partizipativ Visionen für die Hochschule der Zukunft.

Neben vielfältigen Speaker*innen-Tätigkeiten und eigenen Diskussions- und Arbeitspapieren z.B. einem Thesenpapier zum DigitalTurn aus Studierendenperspektive oder einer bundesweiten Studierendenumfrage führen die DigitalChangeMaker-Kohorten zugunsten von Vernetzung und Peer-Empowerment Qualifizierungs- und Austauschformate für Studierende durch und initiieren DigitalChange-Maker-Lokalgruppen auf Hochschulebene.

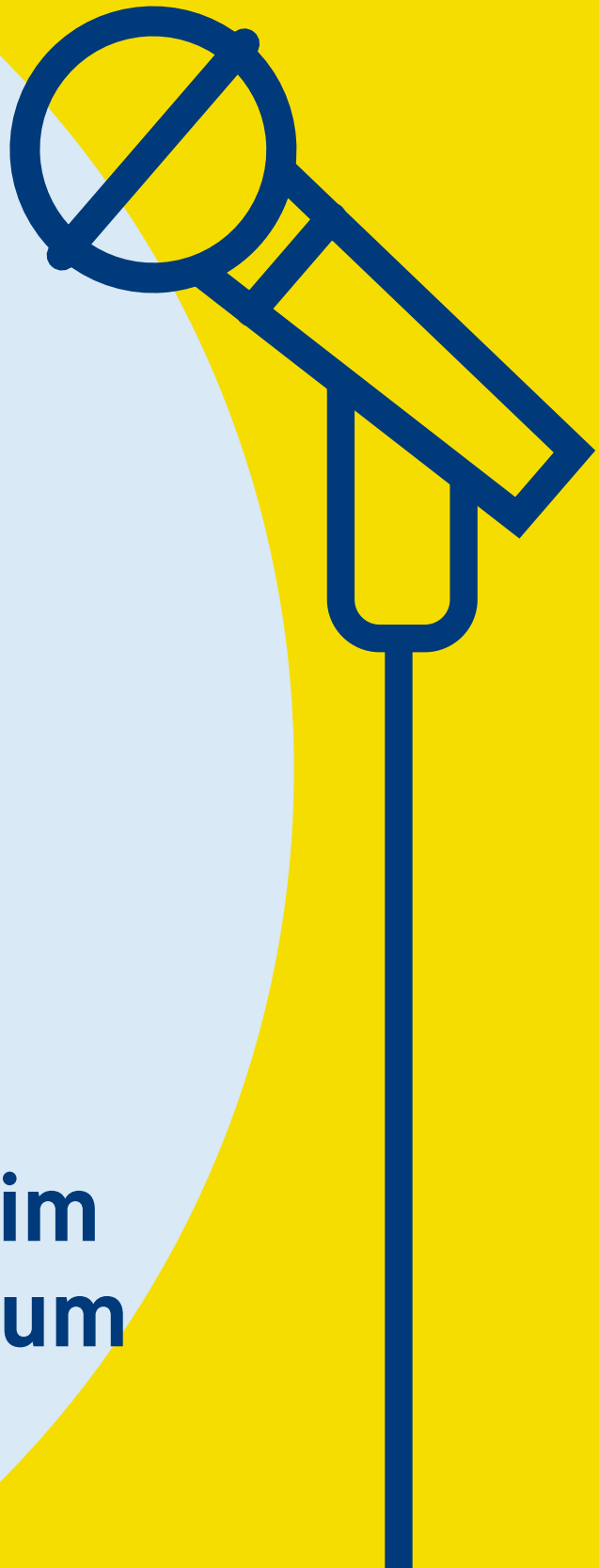
Mehr Informationen zu den DigitalChangeMaker und Mitmachmöglichkeiten in der DigitalChangeMaker-Initiative findest du unter:
https://hochschulforumdigitalisierung.de/de/changemaker

netzwerk n

Das netzwerk n (zur Satzung des Vereins) ist ein Netzwerk von überwiegend Studierenden, Initiativen, Promovierenden und jungen Berufstätigen an Hochschulen und engagiert sich für einen gesamtinstitutionellen Wandel an Hochschulen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung (zum Nachhaltigkeitsverständnis des Vereins) in den Bereichen Betrieb, Lehre, Forschung, Governance und Transfer. Es gehört zum Selbstverständnis des Vereins, dass die Aktiven auch ihr eigenes Handeln an den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung ausrichten.

Das netzwerk n hat sich im Dezember 2010 im Zuge der Tagung Hochschulen für Nachhaltige Entwicklung in Berlin gegründet und ist seit 2012 ein eingetragener gemeinnütziger Verein. Als offizielles Projekt der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung zeigt er Wege auf, wie Studierende, Promovierende und junge Berufstätige an der Konzeption einer Hochschullandschaft in nachhaltiger Entwicklung mitwirken können. Mittlerweile hat der Verein 92 Mitglieder (Stand: Mai 2020).

Mehr zu Aktivitäten, Vision und Mission findet ihr unter:
https://www.netzwerk-n.org/ueber-uns/was-wir-machen/



02

Facilitation im digitalen Raum

Pandemiebedingt sind Online-Meetings für Studierende an der Tagesordnung: Lehrveranstaltungen, Gruppenarbeiten mit Kommiliton*innen und Treffen im Rahmen der studentischen Initiativenarbeit finden vorwiegend digital statt. Mit steigender Anzahl von Online-Meetings und Stunden vor den Bildschirmen – ggf. verstärkt durch geringe Interaktionsmöglichkeiten – kann sich Ermüdung und Demotivation einstellen. Um dem entgegenzuwirken, ist Facilitation bei Online-Veranstaltungen essenziell.

Hinter dem Konzept der **Facilitation** (engl. für „Ermöglichen" oder "Erleichtern") versteckt sich die Kunst, einen Raum zu schaffen, in dem eine zielorientierte, gemeinschaftliche Austausch- und Kollaborationskultur und damit eine harmonische Basis für Teamarbeit ermöglicht und aktiv gefördert wird.

Hierzu können verschiedene Methoden eingesetzt werden. Orientieren könnt ihr euch am **People-Process-Place-Ansatz.** So behaltet ihr alle entscheidenden Ebenen im Blick!

1 Phase 1 „People"

Emotionen erzeugen, Beziehungen aufbauen & alle Beteiligten aktiv in den Workshop einbinden

Was?

- Bindung zwischen den Teilnehmenden stärken & Gruppengefühl erzeugen
- aktives Mitmachen aller Teilnehmenden ermöglichen

Wie?

- Energielevel im Blick behalten, direkt abfragen (z.B. mit Anzeige durch einen Daumen nach oben oder unten) und auffrischen durch Energizer & Musik
- intensive Vorstellungsrunde
- Check-Ins/-Outs – auch mit veranstaltungskontextunabhängigen Icebreaker-Fragen
- regelmäßige Pausen & Möglichkeiten zum informellen Austausch
- Einteilung in Kleingruppen

Achtung!

- Achtet auf eine abwechslungsreiche Gestaltung!

2 Phase 2 „Process“

Den Workshop ganzheitlich koordinieren

Was?

- Abläufe reibungslos managen
- Zugang zu allen wichtigen Informationen für alle Teilnehmenden sicherstellen

Wie?

- Ablauf, Ziele & Aufgabenstellungen klar formulieren
- Teilnehmende durch Bereitstellung von Materialien & Vorlagen unterstützen
- Zeitmanagement: Detailliertes Timeboxing nutzen und einhalten
- Rolle von Moderation und Teilnehmenden klären

Achtung!

- Drei Zeitebenen: vor, während und nach der Veranstaltung beachten!
- Genügend Zeitpuffer einplanen!
- Für eine reibungslose Moderation inkl. technischem Support sind mindestens zwei Personen nötig!

3 Phase 3 „Place“

Einen Raum schaffen - auch im Digitalen

Was?

- Schlüsselfragen: Was sehen die Menschen? Was könnt ihr mit in den digitalen Raum bringen? Welches Wissen ist für die Teilnehmenden nötig, um sich im digitalen Raum zurecht zu finden?

Wie?

- passende Musik einsetzen, z.B. zu Beginn der Veranstaltung, um ein angenehmes Ankommen zu ermöglichen
- Zum Mitgestalten auffordern - bspw. durch Raumwechsel oder den Einsatz verschiedener Materialien

Achtung!

- Die Aufmerksamkeitsspanne im digitalen Raum ist deutlich geringer!
- Umweltfaktoren wie Licht, Sauerstoff, Hintergrundgeräusche, Temperatur sind von Bedeutung!
- Infos zu benötigten Materialien (Stifte, Papier etc.) vorab geben!

Drei Take-Home-Botschaften

1. **Die drei Elemente People, Process und Place sind maßgebend, um Facilitation im digitalen Raum zu ermöglichen.**
2. **Das Energielevel ist bei digitalen Veranstaltungen ein besonders entscheidender Faktor und sollte deshalb regelmäßig abgefragt und gegebenenfalls mit Energizern gepusht werden.**
3. **Auch in digitalen Veranstaltungen sollte der analoge Raum beachtet und genutzt werden.**

03

Spaß im digitalen Raum

Der Einfluss von Spaß auf die eigene Arbeitsproduktivität ist nicht zu unterschätzen. Wir können uns durch Spaß selbst motivieren und unsere Kreativität stärken. Im Team kann durch den Faktor Spaß das Arbeitsklima belebt, mögliche Spannungen abgebaut und die allgemeine Zusammenarbeit verbessert werden. Besonders im digitalen Raum und in den vielen, meist kräftezehrenden Online-Meetings kann Spaß als kraftvoller Hebel genutzt werden, um das Aktivitätslevel und Engagement der Teilnehmenden zu fördern.

Um Spaß in Online-Meetings zu übertragen und soziales Engagement zu fördern, ist es hilfreich, zwei Aspekte zu betrachten. Zum einen stellt sich die Frage, welche Spaßaktivitäten zur Verfügung stehen: Es gibt virtuelle Spiele, bei denen alle gegen alle antreten oder bei denen sich Gruppen bilden und so ein freundschaftlicher Wettbewerb zwischen den Gruppen entsteht. Es gibt die Möglichkeit, auch externe Personen dazu einzuladen und die spaßigen Aktivitäten mit einem Gastvortrag zu verbinden. Zum anderen ist es wertvoll, zu überlegen, wie Spaßvermittlung aussehen kann, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden aufrecht zu erhalten. Für eine lockere Atmosphäre in Online-Meetings ist anschauliches Material, wie zum Beispiel Videoclips oder abwechslungsreiche Präsentationsfolien sowie kreative Beispiele und gutes Storytelling sehr förderlich. Es gibt viele verschiedene interaktive Tools, wie zum Beispiel Online-Whiteboards und Online-Umfragen, die als Aufmerksamkeitsverstärker wirken können.

Es gibt viele Möglichkeiten, wie man Spaß als festen Bestandteil von Online-Meetings einsetzt, und es zeigt sich, dass sich der Fokus darauf lohnt, denn Spaß ist ein Schlüssel zum Erfolg.

Was gibt es für Spiele im digitalen Raum?

Zum Einstieg

- Energizer (z.B. Schnick-Schnack-Schnuck-Turnier, Sport-/Dehnübungen im „Ich-packe-meinen-Koffer“-Modus)
- Online-Pub-Quiz
- Online-Karaoke

Währenddessen

- Pseudonyme vergeben und Personen nur noch damit ansprechen
- bestimmte Worte aus dem Wortschatz für die Dauer des Meetings verbannen
- Motto-Sessions starten (bspw. Weihnachten, Bad Taste Party etc.): virtuelle Hintergründe einstellen und passende Kleidung/Accessoires anziehen bzw. Gegenstände nutzen
- nur in Reimen sprechen
- Online-Karaoke

Mithilfe externer Materialien

- Teilnehmende halten Gegenstände in die Kamera, die ihre Gefühlswelt widerspiegeln
- etwas aus der Umgebung fotografieren und dieses Foto in den Chat posten
- Wohnungstour mit der Kamera drehen
- Standorte der Teilnehmenden zusammentragen, z.B. auf Online-Whiteboard oder einer Landkarte Punkte kennzeichnen, von wo aus sich Personen zur Veranstaltung hinzuschalten.
- in den Pausen die Lieblingssongs der Teilnehmenden abspielen und/oder eine gemeinsame Playlist erstellen oder einen Song spielen, der zum Thema des Meetings passt

Weitere Ideen: Methoden für digitale Interaktion: Vertrauenskarten und Take-A-Break-Karten von Prof. Dr. Tobias Seidl & Lara Kolbert: https://hochschulforumdigitalisierung.de/sites/default/files/dateien/Methodenset_Digitale_Vertrauens_Take-A-Break_Karten_2020.pdf

Warum fördert Spaß die Online-Teamarbeit?

Hier findet ihr eine Auswahl der Antworten der Workshop-Teilnehmenden.
Was würdet ihr noch ergänzen?

1. **Spaß fördert den Teamgeist.**
2. **Spaß motiviert zur gemeinsamen Arbeit.**
3. **Spaß fördert das Kennenlernen und schafft eine Bindung zwischen Menschen – trotz physischer Distanz.**
4. **Spaß fördert Kreativität & unkonventionelles Denken.**
5. **Spaß erhellt die Stimmung der Teammitglieder & kann vom Alltag ablenken.**
6. **Spaß hilft dabei, Schwierigkeiten in der Gruppe zu überwinden & Spannungen zu lösen.**
7. **Spaß aktiviert die Gesichtsmuskeln.**

04

Storytelling im digitalen Raum

Stories kennen wir von Kindheit an. Auch wenn Storytelling im digitalen Raum auf den ersten Blick deutlich anders aussieht als die Gute-Nacht-Lektüre aus Kindertagen, bleiben die Grundprinzipien gleich. Die altbewährten Archetypen und Erzählmuster, die wir als Kinder lernen, werden jedoch in der Erwachsenenwelt oft vergessen - vor allem in der Hochschulwelt! Mit ein paar einfachen Techniken können wir von diesen Archetypen lernen, sie uns auch im digitalen Raum zu Nutze machen und Initiativenarbeit gut sichtbar sowie erfahrbar werden lassen.

Warum nutzen wir Stories im digitalen Raum?

Heute werden wir von einer Informationsflut überrollt. Das führt dazu, dass die typische Aufmerksamkeitsspanne extrem kurz ist. Doch im Gegensatz zu Zahlen und Fakten besitzen Stories eine einzigartige Macht: Sie bleiben im Kopf hängen. Da sie auf der emotionalen Ebene statt der rationalen Ebene operieren, können sie uns berühren, inspirieren und zum Nachdenken anregen. Dadurch, dass das Publikum sich mit der Hauptfigur identifiziert, ist es deutlich aufmerksamer.
Auch wenn wir im digitalen Raum auf anderen Medien unterwegs sind, bleibt der Grundgedanke gleich: Die DNA einer guten Narrative bleibt einheitlich und erkennbar, egal auf welchen Plattformen sie erzählt wird. Kanäle kommen und gehen, aber Stories bleiben.

In drei Schritten zu einer guten Story

1

Die Grundelemente ausarbeiten

Das Leben ist komplex und voller Details. Vor allem im wissenschaftlichen Bereich liegt der Fokus meistens auf Fakten und Komplexität statt auf Menschen und einfacher Verständlichkeit. Die Kunst des Storytellings besteht also darin, Inhalte auf das Wesentliche zu reduzieren und die Grundnarrative zu identifizieren.

Aber wie? Eine Geschichte besteht oft aus drei Grundzutaten, aus den drei sogenannten „H-Elementen“: Sie enthält eine Hauptfigur, eine Herausforderung und eine Handlung.

Die Hauptfigur steht oft für ein abstraktes Prinzip und dient als Projektionsfläche für das Publikum. Ein frappierendes Beispiel ist Greta Thunberg von Fridays for Future: Mit Greta hat die Bewegung eine klare Hauptfigur, Konflikt und Motivation. Sie steht im Vordergrund und personifiziert eine Bewegung, die sonst erklärungsbedürftig und manchmal sperrig wäre.

Bei der Herausforderung handelt es sich oft um ein Problem, das eine Relevanz für die Gesellschaft bzw. für das Publikum aufweisen soll: Leider haben wir wegen Faktoren A und B zu wenig X, deshalb wollte die Hauptfigur gegen/für Thema Z kämpfen.

Dann passiert etwas! Das wäre die Handlung.

2

Das passende Medium aussuchen

Die Wahl des Mediums hängt vom Thema und von den eigenen Fertigkeiten ab. Dabei sollten die eigenen Stärken genutzt werden: Kannst du gut fotografieren oder eher kurze, pointierte Texte schreiben? Ersteres sollte sich auf visuelle Medien wie Instagram konzentrieren, Letzteres auf Twitter. Bist du charismatisch vor der Kamera? Dann kommen „Story“-Funktionen wie Instagram Stories oder Medien wie TikTok in Frage. Dank der Vielzahl an Medien heutzutage – von Podcasts bis hin zu TikTok – sollte jede*r das passende Medium finden.

3

Üben!

Ein Blick in die Praxis zeigt, dass eine gute Narrative Zeit und ein Publikum braucht. Man sollte an einer Story feilen und sie möglichst vielen erzählen, noch bevor man auf „veröffentlichen“ drückt. Die folgenden Übungen können dabei helfen, kurze und knappe Stories zu entwickeln:

Übungen, die alleine oder in einer Gruppe funktionieren

- Erzähl deine Lebensgeschichte in 60 Sekunden.
- Identifiziere deine*n Lieblingsinfluencer*in. Dabei solltest du überlegen, was du besonders gelungen findest.
- Entwickle deine eigene Story. Dabei solltest du die drei „H-Elemente“ ausarbeiten.

Checkliste für eine gute Story

- ○ enthält eine klare Vision, Narrative und Motivation sowie die 3 „H-Elemente“
- ○ hat eine gesellschaftliche Relevanz bzw. ist für eine bestimmte Zielgruppe relevant
- ○ Das Menschliche steht im Vordergrund.
- ○ Das Medium passt zu den eigenen Stärken.
- ○ enthält interaktive Elemente, um eine Diskussion in den sozialen Medien anzuregen
- ○ kann in höchstens 1–2 Sätzen zusammengefasst werden

05

Projektmanagement im digitalen Raum

Projektmanagement im digitalen Raum: Teams & Tools

Mit der richtigen Rollenkombination zum Erfolg

Was macht erfolgreiche Teams aus? Die kurze, vielleicht offensichtliche Antwort ist, dass sich die Teammitglieder gegenseitig ergänzen und harmonieren. Die lange, wissenschaftliche Antwort hat Raymond Meredith Belbin mit seinem Modell der unterschiedlichen Teamrollen, anknüpfend an seine Untersuchungen in den 1970er Jahren, gegeben.[1]

Er argumentiert, dass sich jedes Teammitglied, aufgrund seines Verhaltens in mindestens eine von neun unterschiedlichen Rollen zuweisen lässt. Weiter zeigt er auf, dass die **richtige Kombination von Teamrollen** ein Team effizient macht, während eine zu starke Häufung einzelner Rollen zu Konflikten führt.

So weit zur Theorie, aber was bedeutet das für die Praxis? Theoretisch könnte man, basierend auf den verschiedenen Rollen, Teams zusammenstellen – praktisch ist dies jedoch selten realisierbar, da der zur Auswahl stehende Personenkreis meist begrenzt bzw. oft schon im Vorhinein festgelegt ist.

Der Nutzen liegt meist woanders: Wenn ihr euch als Team mit dem Thema Rollen und den entsprechenden Rollenverteilungen/-präferenzen in eurer Gruppe auseinandersetzt, erfahrt ihr, in welchen Rollen sich die einzelnen Teammitglieder wohlfühlen und welche Bereiche ggf. nicht abgedeckt sind. Eine gemeinsame Rollenreflexion ermöglicht eine gezielte Verteilung von Verantwortung, um Personen bestmöglich einzusetzen, und verhindert das „Reinrutschen" einzelner Teammitglieder in nicht gewollte Positionen.

Zeit zum Kennenlernen einplanen

Es bietet sich an, sich in der Kennenlern- und Findungsphase eines Teams ausreichend Zeit dafür zu nehmen,
(1) dass sich alle Teammitglieder einer oder mehreren Rollen zuordnen können und
(2) dass in der Gruppe eine gemeinsame Reflexion des Ergebnisses stattfinden kann.

Missverständnisse wie „Ich dachte du koordinierst die Workshops", ohne dass die angesprochene Person dies jemals machen wollte (und es natürlich keinen Zwang dazu gab), können somit verhindert werden.

[1] Belbin, R. Meredith. Management Teams: Why They Succeed or Fail. London: Heinemann, 1981.

Welche Rollen gibt es in einem Team?

Raymond Meredith Belbin unterscheidet zwischen den folgenden drei Rollenkategorien, unter denen sich jeweils drei Teamrollen subsumieren lassen.

Die folgende Darstellung basiert auf Raymond Meredith Belbins Ausführungen in Meredith Belbin, R. Management Teams: Why They Succeed or Fail. London: Heinemann, 1981.

Handlungsorientierte Rollen

Macher*in Sie sprühen vor Energie und bringen die Dinge ins Rollen.

Umsetzer*in Sie sind diszipliniert, gehen systematisch vor und schaffen gerne Struktur.

Perfektionist*in Sie sorgen sich um Qualitätsstandards und Details.

Kommunikationsorientierte Rollen

Koordinator*in Sie setzen Ziele, fördern Entscheidungsprozesse und beziehen andere in angemessener Form ein.

Teamarbeiter*in Sie sind diplomatisch, beliebt und verhindern Reibereien.

Wegbereiter*in Sie sind begeisterungsfähig, neugierig und erkunden neue Möglichkeiten.

Wissensorientierte Rollen

Erneuerer*in Sie sind einfallsreich und unorthodox.

Beobachter*in Sie denken logisch, können differenzieren und finden meist die richtigen Lösungen.

Spezialist*in Sie lieben ihre Tätigkeit, sind zielstrebig und immer bereit, ihr Wissen zu erweitern.

Weniger ist mehr – welche Tools brauchen wir wirklich?

In welchem digitalen Raum kommen wir zusammen? Wie können wir gemeinsam brainstormen, kollaborativ an Ideen und Dokumenten arbeiten oder (a)synchron Abstimmungen vornehmen? Wer übernimmt welche Aufgaben und wie ist der aktuelle Bearbeitungsstand? Es gibt viele digitale Tools, die Teams bei der digitalen Zusammenarbeit unterstützen können. „Viel hilft viel" gilt hier allerdings keinesfalls als Faustregel. Der erste prüfende Blick sollte in Richtung der konkreten Bedarfe im Team gehen. So kann daran anknüpfend ein Tool gewählt werden, das den jeweiligen speziellen Bedarf (z.B. Transparenz zu anfallenden Aufgaben, niedrigschwellige Interaktionsmöglichkeiten) deckt.

Wichtig

Tools können die Arbeit nur erleichtern, wenn sie von allen nötigen Teammitgliedern entsprechend der getroffenen Abstimmungen genutzt werden. Um die entsprechende Akzeptanz und Tool-Kompetenz zu ermöglichen, ist ein geteiltes Verständnis zum Nutzen des zur Auswahl stehenden Tools sowie ein Onboarding aller Teammitglieder notwendig. Gerade beim Einsatz neuer Tools bietet es sich zudem an, regelmäßig Feedback einzuholen und den Einsatz gemeinsam begleitend auszuwerten bzw. ggf. anzupassen.

Bei der Auswahl von geeigneten Tools – egal für welchen Zweck, ob bspw. zur teaminternen Kommunikation, gemeinsamen Arbeit an Dokumenten oder Verteilung von Aufgaben – lohnt sich eine umfassende Recherche im Vorfeld bzw. ein Austausch mit anderen (Initiativen) zu deren Erfahrungen. Open-Source-Tools, d.h. Tools mit offenem Quellcode sind aufgrund ihrer Transparenz und Möglichkeit zur bedarfsorientierten Weiterentwicklung besonders zu empfehlen.

Tool-Sammlungen findet ihr auch hier:

- **Umfassende Tool-Sammlung für Online-Veranstaltungen: Hochschulforum Digitalisierung. Corona: Digitale Tools für Online-Veranstaltungen: https://hochschulforumdigitalisierung.de/de/Toolsammlung-Corona (abgerufen am 01.08.2021).**
- **Sammlung mit umfangreicher Freie-Software-Toolliste und weiteren Informationen zum Nachhaltigkeitswandel: Bits & Bäume. Kollaborative Videocall- und Schreib-Tools – ein Vortragsgespräch: https://tube.tchncs.de/w/6addc421-31f0-4126-be68-fe53e540d6a8 (abgerufen am 01.08.2021).**

Impressum

Publikationen des HFD spiegeln die Meinung der jeweiligen Autor*innen wider. Das HFD macht sich die in diesem Papier getätigten Aussagen daher nicht zu Eigen.

Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/. Von dieser Lizenz ausgenommen sind Organisationslogos sowie falls gekennzeichnet einzelne Bilder und Visualisierungen.

Zitierhinweis
DigitalChangeMaker, netzwerk n (2021). Engagiert im digitalen Raum – Ein How-to für studentische Initiativenarbeit. Berlin: Hochschulforum Digitalisierung.

Herausgeber
Geschäftsstelle Hochschulforum Digitalisierung beim Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Hauptstadtbüro • Pariser Platz 6 • 10117 Berlin • T 030 322982-520
info@hochschulforumdigitalisierung.de

Redaktion
Yasmin Djabarian, Aline Röttger & Carla von Hörsten

Verlag
Edition Stifterverband – Verwaltungsgesellschaft für Wissenschaftspflege mbH
Barkhovenallee 1 • 45239 Essen • T 0201 8401-0 • mail@stifterverband.de

Layout Satz: TAU GmbH • Köpenicker Straße 154a • 10997 Berlin
Illustrationen: Yann Ubbelohde

Das Hochschulforum Digitalisierung ist ein gemeinsames Projekt des Stifterverbandes, des CHE Centrums für Hochschulentwicklung und der Hochschulrektorenkonferenz. Förderer ist das Bundesministerium für Bildung und Forschung. www.hochschulforumdigitalisierung.de