

Projektbericht **TUMsocial**

TUM *Social*

... macht Helfen einfach!

- Team**
- Thomas Burger
- Fabian Franke
- Maximilian Gruber
- Roland Maier
- Thomas Mathes
- Shiyu Qiu
- Konstantin Riedl
- Kristof Schröder
- Ann-Christin Villegas
- Adrian Vogelsgesang

- Tutor**
- Martin Kaumanns
- Eskander Kebsi

- Mentor**
- Prof. Dr. Isabell Welpé

Vorwort

Anderen zu helfen macht nicht nur glücklich, sondern auch überdurchschnittlich erfolgreich, so die neuesten Erkenntnisse des BWL-Professors Adam Grant aus den USA, die er in seinem gerade erschienenen Buch „Geben und Nehmen“ beschreibt. In diesem Sinne ist die in diesem Projekt entwickelte Plattform ein Glücksgriff für die TUM, ihre Studierenden, ihre Mitarbeiter und all diejenigen Organisationen und Menschen, die mit sozialen, gesellschaftsrelevanten Projekten andere unterstützen und ihre Talente mit ihnen teilen: TUMsocial bringt sie alle zusammen.

Mir als Mentorin hat es großen Spaß gemacht, die Gruppe zu betreuen, die das Projekt mit sehr großem Engagement, Kreativität und Motivation voran und zum Erfolg gebracht hat und dabei angetrieben von unternehmerischem Geist und Willen – so manches Hindernis gekonnt zu nehmen wusste.

Ich wünsche dem Projekt TUMsocial viel Erfolg, Bekanntheit und, dass es viele Suchende und Findende im Bereich sozialer und gesellschaftlicher Projekte zusammenbringt. Möge es immer von der Offenheit für alle verschiedenen Arten sozialer Projekte und unternehmerischer Kreativität begleitet werden.

Prof. Dr. Isabell M. Welpe (Mentorin)



1 Einleitende Worte und Motivation

In Deutschland sind über dreißig Prozent der Bevölkerung ehrenamtlich tätig, wobei ein großer Anteil von Studenten gebildet wird. Der Bedarf an Menschen, die ihre Zeit dem ehrenamtlichen Engagement widmen, steigt stetig, was nicht zuletzt auch der Aussetzung der Wehrpflicht und den daher fehlenden Zivildienstleistenden geschuldet ist. Des Weiteren fehlt es besonders für kurzzeitige Betätigungen oft an Hilfestellungen. Dies liegt meist nicht an mangelndem Interesse. Vielmehr fehlt eine Plattform, die zeitlich geeignete Arbeiten bei sozialen Einrichtungen an Menschen, die sich engagieren wollen, vermitteln kann.

In unserer Projektgruppe TUMsocial haben wir es uns zum gemeinsamen Ziel gesetzt, eine solche Vermittlerplattform zu schaffen. Diese wollen wir in Form eines Internetportals verwirklichen, welches die gezielte Suche einer ehrenamtlichen Tätigkeit im gewünschten Zeitumfang ermöglicht und die Kontaktaufnahme mit unseren Partnereinrichtungen so einfach wie möglich gestaltet. Durch das Bereitstellen dieser Vermittlerplattform möchten wir es allen Mitgliedern der TUM, seien es Studenten, wissenschaftliche Mitarbeiter oder Dozenten, erleichtern sich ehrenamtlich zu engagieren. Dabei wollen wir nicht nur die Entstehung langfristiger Engagements fördern, sondern insbesondere auch die Möglichkeit für kurzzeitige Betätigungen bieten, denn gerade kurzfristige Engagements sind auch während des Studiums oder des Berufsalltags durchführbar.

Die folgenden Seiten sollen einen kurzen Einblick in den Verlauf unserer Projektarbeit gewähren. Dabei wollen wir insbesondere den Entwicklungsprozess unseres Projekts veranschaulichen: Von ersten Ideen und Konzepten über die Klärung rechtlicher Fragen und die Suche nach geeigneten sozialen Einrichtungen bis hin zur eigentlichen Umsetzung der Website und des Werbematerials in Konformität zum TUM-Design. Abschließend wollen wir zudem einen Ausblick über die Pläne und Ziele bieten, die wir uns für den weiteren Verlauf unseres Projekts gesteckt haben.

2 Chronologischer Ablauf der Projektaktivitäten

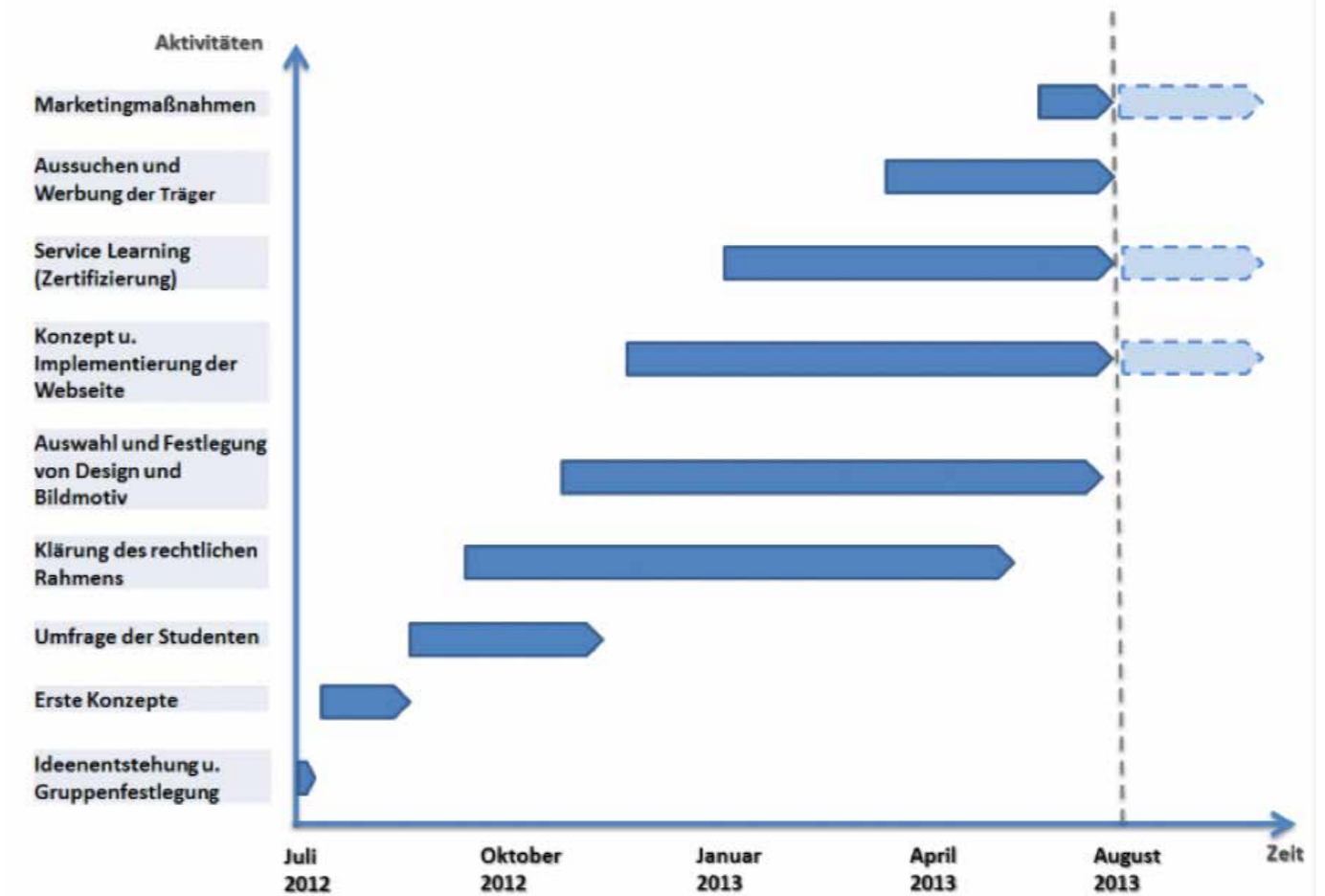


Abbildung 1: Gantt-Diagramm zur Darstellung von zeitlicher Abfolge der Projektaktivitäten
Im Folgenden werden die Aktivitäten der einzelnen Task-Forces detailliert vorgestellt.

3 Marketing

Das Projekt TUMsocial beansprucht neben einer Vielzahl an organisatorischen Überlegungen eine zielgerichtete und werbewirksame Öffentlichkeitsarbeit. Ziel ist es, die Homepage und das zugrundeliegende Konzept einer breiten Masse an Studenten nahezubringen, darauf aufmerksam zu machen und dafür zu begeistern.

Zwei Meilensteine lagen dementsprechend vor uns: Erstens eine visuelle Erkennungsmarke, die auf Werbeflächen, auf der Internetplattform und auf möglichen späteren Zertifikaten TUMsocial eindeutig zuzuordnen ist und zweitens das prozesshafte Vorgehen des Prints bis hin zur Verteilung der diversen Drucke an strategischen Orten der TU München.

Ein Designer wurde zu Beginn des Projektes engagiert, Logos zu entwerfen. Nach einigen Vorschlägen konnte sich die Gruppe auf eines davon festlegen. Dieses unkomplizierte Verfahren erfuhr einen Rückschlag, nachdem das Advisory Boards der TUM: Jungen Akademie die Bitte äußerte, ein Corporate-Design-taugliches Bildmotiv zu entwerfen. Dafür wurde von Herrn Finger eine Besprechung einberufen, in der sowohl Mitglieder der einzelnen Projekte, als auch Vertreter der *ediundsepp* Gestaltungsgesellschaft (TUM Corporate Design Beauftragte) und der Designer Ulli Leyermann von 4mediafactory, der schon mehrmals für die TU München Aufträge durchgeführt hat, vertreten waren. Hier wurden die wichtigsten Vorgaben erläutert und es wurde auf die Rahmenbedingungen zur Erstellung eines Bildmotives eingegangen. Hierbei sei auch auf die Internetseite <http://portal.mytum.de/corporatedesign/print/styleguide/index.html> hingewiesen, die einen Styleguide über das CCC der TU München als Download bereitstellt. Herr Leyermann wurde engagiert, um in Zusammenarbeit mit TUMsocial Bildmotive, Plakate und Flyer zu entwerfen.

Das Ergebnis des Bildmotives TUMsocial wird im Folgenden erläutert: Das ‚TUM‘ besteht aus der Schriftart TUM-Helvetica. Das ‚social‘ beruht auf der Handschrift von Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann, Hochschulpräsident der TUM, der sich dankenswerter Weise bereit erklärte, mehrere von ihm angefertigte Vorlagen zur Verfügung zu stellen. Das Bildmotiv hat

die im CCC genehmigte Farbe 100% Orange Pantone 158 [1]. Das TUMsocial-Motiv symbolisiert durch den persönlichen Akzent eine



Abbildung 2: Entwicklungsprozess des Leitmotives der Projektgruppe TUMsocial.

soziale und persönliche Komponente der TU München, repräsentiert durch den Hochschulpräsidenten. Der gesamte beschriebene Prozess ist in Abbildung 2 schematisch abgebildet.

Der zweite Meilenstein, die Werbung an sich, war erst nach dem Erstellen des Bildmotivs möglich. Nach der Vorgabe mehrerer Plakat- und Flyerprototypen wurde in mehreren Etappen in den zweiwöchentlichen Projektmeetings das Layout an die Wünsche und Vorstellungen der Gruppe angepasst. Das Plakat betreffend wurde darauf geachtet, wo der QR-Code, der Link zur Plattform, und ein Informationstext platziert werden kann. Letzterer wurde erarbeitet, um dem Leser die nötigen Inhalte ansprechend bereitzustellen. Auf den Flyern befinden sich auf der einen Seite die wesentlichen Kernelemente wie das *TUM: Junge Akademie*-Bildmotiv, TUM-Logo oder auch Internetseite, auf der rückwärtigen Seite befindet sich der Informationstext und eine Prozessstreppe, die mit einfacher visueller Gestaltung die vier Hauptpunkte der Plattform erklärt: Einloggen – Finden – Zusagen – Helfen. Neben jedem Punkt befindet sich schlagwortartig eine kurze Beschreibung. Die Gruppenentscheidung über die DIN-Formate ergab für die Plakate DIN A 3. Der Flyer in DIN A 6 wird ergänzt durch eine zweiseitig bedruckte Broschüre im Format halbseitig DIN A 5.

Auch ein Claim wurde nach mehreren Entwürfen und Überlegungen entworfen. Den entscheidenden Satz, der schnell Anklang in der Projektgruppe fand und nun fester Bestandteil der Werbemedien ist, gab uns Herr Uli Leyermann vor: TUMsocial ... macht Helfen einfach!

Nach der Entwicklung des Layouts und der Festlegung der Stückzahlen wurden von mehreren Druckereien Kostenvoranschläge eingeholt und Probedrucke angefordert. Da die Werbung entscheidend von der Fertigstellung der Internetplattform abhing, wurde auf eine vorzeitige Werbeaktion verzichtet. Angedacht waren hier beispielsweise Informationsstände, die an einem Wochentag an zwei strategisch bedeutenden Standpunkten der TUM (Stammgelände Innenstadt und Garching) aufgebaut werden und an denen erstens Informationen über die Träger und zweitens über unsere Internetplattform für die passierenden Studenten bereitliegen sollten. Die tatsächliche Werbung wurde so mit der fertigen Internetseite gekoppelt.

4 Webauftritt

Zentraler Bestandteil des Projekts TUMsocial ist der Webauftritt. Dieser soll in erster Linie Studierende sowie Angestellte der TU dabei unterstützen, für Sie persönlich ansprechende Möglichkeiten zu finden, sich sozial zu engagieren. Desweiteren soll er unsere Partner bei dem notwendigen Verwaltungsaufwand, wie beispielsweise dem Schreiben von Stundenzetteln, soweit wie möglich entlasten. Abschließend dient die Website selbstverständlich zur Vorstellung unseres Projekts und somit auch der Außendarstellung der Jungen Akademie und der TU München.

Bei Erreichung dieser drei Ziele legen wir speziellen Wert darauf, unserem Claim, „Helfen einfach machen“, gerecht zu werden. Nach dieser Leitlinie wurde auch die Auswahl an Features gestaltet, welche im nächsten Abschnitt vorgestellt wird. Im übernächsten Abschnitt wird anhand eines konkreten Elements der website gezeigt, wie diese hohe Gewichtung der Benutzerfreundlichkeit sich auch in den kleinsten Bereichen des Designs wiederfindet. Auf die technische Umsetzung wird nicht eingegangen. Stattdessen wird der Fokus auf den bisherigen Ablauf bei der Entwicklung, den aktuellen Stand sowie die weitere Planung gelegt. Diese drei Punkte finden sich in den Abschnitten 3, 4 und 5. Abschließend werden die Kernaussagen nochmals zusammengefasst.

4.1 Features

Als erstes haben wir uns auf eine Liste an Features, sprich gewünschten Funktionalitäten, geeinigt. Diese Liste wurde während des Projekts zwar geändert, aber dankenswerter Weise nur in geringem Ausmaß, sodass eine zielstrebige Implementierung grundsätzlich möglich war.

Als erste, fast schon selbstverständliche Anforderung stand fest, dass wir in der Lage sein müssten, statischen Inhalt, wie beispielsweise eine Einführung in die Funktionsweise der website oder die Vorstellung des Teams, online zu stellen. Dieser Inhalt muss voraussichtlich nur selten geändert werden.

4.1.1 Angebotssuche

Neben den relativ unveränderlichen Informationen sind auch dynamische Inhalte erforderlich. Am wichtigsten ist hierbei die Verwaltung einer Datenbank mit Angeboten von unseren Partnern. Diese soll die Interessenten dabei unterstützen, möglichst schnell eine für sie ansprechende Möglichkeit des sozialen Engagements zu finden. Aus diesem Grund ist eine einfache Durchsuchbarkeit essentiell.

Diese Durchsuchbarkeit wird durch entsprechende Filtermöglichkeiten zur Verfügung gestellt. Linkstehend findet sich ein Bild der Eingabe-Maske für diesen Filter. Neben einer Text-Suche gibt es die Möglichkeit nach Tätigkeitsbereich (Kinderbetreuung, Gesundheit, Kultur, ...), nach spezifischen Anbietern sowie nach Zeiträumen zu suchen. Desweiteren kann der Benutzer auswählen, nach welchem Kriterium (Bewerbungsfrist, alphabetisch, Datum des Angebots, ...) die Suchergebnisse sortiert werden sollen. Selbstverständlich ist die Filterung optional, sodass auch das Durchstöbern aller Angebote möglich ist.

Die entsprechenden Ergebnisse werden rechts neben der Filter-Box zweireihig aufgelistet. Zu jedem Suchergebnis werden der Name des Angebots, der Anbieter nebst Logo, der Zeitraum sowie ein kurzer Ausschnitt des Beschreibungstextes dargestellt. Eine entsprechende Box findet sich in Abbildung 3. Durch Klicken auf den Button „Sag mir mehr!“ gelangt der Be-

sucher auf eine weitere Seite, wo er detailliertere Informationen zu dem entsprechenden Angebot erhält. Nachdem einige Testpersonen beim ersten Versuch zuerst auf die Kopfzeile statt auf den Button klicken wollten, wurde die Kopfzeile ebenfalls auf die Detailansicht verlinkt. Über diese Detail-Seite kann der Benutzer direkt Kontakt mit dem Träger aufnehmen und sein Interesse bekunden. Wir informieren den Träger dann per E-Mail. Der Träger hat hierauf die Möglichkeit, dem Interessenten zu- oder abzusagen. Wir verwalten eine Liste der Zu- und Absagen. Die Verwendung dieser Liste wird weiter im nächsten Abschnitt "Der Stundenzettel" angesprochen.

Pro Seite werden immer maximal 8 Ergebnisse aufgelistet. Durch entsprechende Buttons am Ende der Liste kann zwischen den einzelnen Seiten der Ergebnisliste gewechselt werden. Alternativ war auch das Konzept des Infinite Scrollings kurz angedacht. Bei diesem Interface-Konzept wird bewusst auf die Unterteilung in mehrere Seiten verzichtet. Stattdessen wird eine kurze Liste an Ergebnissen angezeigt. Sobald der Suchende sich dem Ende dieser Liste nähert, werden automatisch weitere Ergebnisse vom Server abgefragt und in die Liste eingefügt. Dieses Konzept findet sich beispielsweise bei sozialen Netzwerken wie Diaspora, Facebook und GooglePlus sowie anderen Webgrößen wie Pinterest oder Twitter.

Wir haben uns gegen dieses Bedienungs-Konzept und für die althergebrachte Navigation aus mehreren Gründen entschieden. Erstens ist eine Unterteilung der Suchergebnisse einfacher umsetzbar als das dynamische Nachladen von weiteren Angeboten. Desweiteren widerspricht Infinite Scrolling in einigen Aspekten den Erwartungen der Benutzer. Eine ausführlichere Besprechung der Nachteile des Infinite Scrollings findet sich beispielsweise in [2]. Das größte Problem ist die fehlende Orientierung für den Benutzer: Der Scrollbalken gibt nicht mehr die Position innerhalb der Ergebnisliste wieder und will man zu einem weiter oben entdeckten Angebot zurück, muss man wiederum zur richtigen Stelle scrollen. Desweiteren kann man sich leicht in der Menge an Angeboten verlieren. Diese beiden Effekte führten bei Etsy, einem Online-Händler, dazu, dass sie mit Infinite Scrolling letztlich weniger Benutzer auf ein Angebot klickten als ohne Infinite Scrolling [3]. Bei einer Un-

terteilung in mehrere Seiten treten diese Probleme nicht auf. Aus diesem Grund wurde bewusst auf Infinite Scrolling verzichtet. Auf der letzten Seite der Suchergebnisse wird dem Nutzer zudem das Angebot gemacht, sich über zukünftige Angebote, welche seiner Suche entsprechen, per Mail informieren zu lassen. Wir erhoffen uns, durch diese Funktionalität Benutzer langfristig zu binden und dazu zu bringen, TUMsocial öfter zu besuchen. Um nicht zu viele Mails zu versenden, werden Benachrichtigungen bezüglich neuer Angebote immer im dreitägigen Abstand versendet und in dieser Email alle neuen interessanten Ergebnisse zusammengefasst. Das Auftreten der Angebotsübersicht-Seite findet sich in Abbildung 4.

Die Angebote werden nicht von uns selbst eingestellt, sondern von unseren Partnern. Zu diesem Zweck können Sie ihre aktuellen Veranstaltungen direkt auf der Webseite online stellen. Eine Überarbeitung durch uns ist nicht vorgesehen, die Angebote werden unverändert online gestellt. Um zu verhindern, dass durch Dritte das Design der Webseite verfälscht wird, ist keine Möglichkeit zur Formatierung von eingegebenen Texten vorgesehen. Es ist also nicht möglich, Textstellen beispielsweise in anderen Farben zu schreiben oder kursiv darzustellen.

Um unsere Kooperationspartner zu entlasten und die Entstehung von „Kartelleichen“ zu vermeiden, wird mit jedem Angebot direkt beim Erstellen ein Ablaufdatum angegeben. Nach diesem Zeitpunkt ist dieses nicht mehr über die Suche auffindbar und es werden keine Bewerbungen mehr entgegengenommen.

4.1.2 Der Stundenzettel

Nachdem die Zertifizierung durch die Carl-von-Linde-Akademie aller Voraussicht nach auf Basis der geleisteten Arbeitsstunden durchgeführt werden wird, benötigen wir eine Möglichkeit nachzuvollziehen, wie viele Stunden von einzelnen Individuen gearbeitet wurden.

Zu diesem Zweck wird für jeden Benutzer ein Stundenzettel geführt, in welchen die Träger Arbeitsstunden eintragen können und den die Benutzer sowie wir einsehen können. Anderen Benutzern

werden diese Informationen selbstverständlich nicht zugänglich gemacht.

Desweiteren ist geplant, über dem Stundenzettel einen Fortschrittsbalken anzuzeigen. Dieser füllt sich mit der Anzahl an Stunden, welche für soziales Engagement aufgewendet wurden. Die für die Bescheinigung durch die Carl-von-Linde-Akademie nötige Stundenzahl wird dabei bewusst nicht am Ende der Leiste positioniert werden. Somit soll deutlich gemacht werden, dass, auch wenn die von uns vorgegebene Arbeitszeit erreicht wurde, ein Engagement nach wie vor gewünscht wird.

4.1.3 Benutzer-System

Um nachvollziehen zu können, welche Nutzer sich auf welche Angebote beworben haben, ist eine Nutzer-Verwaltung notwendig. Es muss hierbei zwischen drei Benutzergruppen unterschieden werden:

1. Normale Nutzer: Diese Nutzer können sich auf Angebote bewerben sowie ihren Stundenzettel einsehen
2. Träger: Träger können Angebote bearbeiten, Bewerbungen entgegennehmen sowie Stunden auf dem Stundenzettel gutschreiben
3. Administratoren: Sie können andere Nutzer sperren, Angebote anderer Nutzer offline setzen, etc.

Bei Studierenden sowie Angestellten handelt es sich zumeist um normale Nutzer. Um diesen die Einstiegshürde so niedrig wie möglich zu gestalten, verzichten wir, dem Motto „macht Helfen einfach“ entsprechend, auf das Anlegen eines neuen Benutzeraccounts und greifen stattdessen auf den Shibboleth-Dienst des LRZ zu. Dank Shibboleth ist es möglich, die bereits existierenden Kennungen aus TUMonline zur Anmeldung an unserem Portal zu verwenden. Auf diese Weise muss sich der Endnutzer keinen neuen Account anlegen und keine weiteren Passwörter merken. Wir erhoffen uns dadurch unter anderem eine höhere Conversion-Rate. Für Benutzer, welche über keinen entsprechenden TU-Account verfügen, wie beispielsweise der Großteil unserer Kooperationspartner, wird eine Passwort gestützte Authentifikation umgesetzt.

4.2 Detailstudie: Anzeige an Bewerberzahlen

Nachdem in diesem Projektbericht nicht das gesamte Design inklusive aller Überlegungen Platz findet, wird hier stellvertretend ein kleines Element des User-Interfaces vorgestellt und erklärt, welche Überlegungen zu der Wahl dieses Erscheinungsbildes geführt haben.

Zur einfacheren Verwaltung wird den Trägern eine Liste Ihrer Angebote angezeigt. In dieser Liste findet sich unter anderem die Information, wie viele Interessenten sich auf ein Angebot bereits gemeldet haben und ob Ihnen bereits eine Zu- beziehungsweise Absage gegeben wurde. Statt diese drei Zahlenwerte in getrennten Spalten der Tabelle darzustellen, werden sie in einer Spalte gemeinsam angezeigt. Gegen die Anzeige in einzelnen Spalten sprach insbesondere, dass die zugehörigen Tabellen-Header, „Interessenten“, „Zugesagt“ und „Abgesagt“, die Liste unnötig in die Breite gezogen hätten. Als Überschrift der gemeinsamen Spalte wird stattdessen nur „Interessenten“ benötigt. Allerdings ist nun eine klare Trennung der einzelnen Zahlenwerte notwendig. Abbildung 5 zeigt, wie wir dies umgesetzt haben. Die Abbildung ist zeilenweise zu lesen. Jede Zeile enthält, in dieser Reihenfolge, die Anzahl an neuen Interessenten, die Anzahl an Bewerbern, welchen bereits zugesagt wurde sowie die Anzahl an Absagen. Auf das Angebot in der ersten Zeile haben sich also noch keine Interessenten gemeldet. In der zweiten Zeile gibt es insgesamt drei Bewerber, wobei einem zugesagt, einem abgesagt sowie einem noch nicht geantwortet wurde.

Der Zustand der Bewerbungen wird hierbei durch Farbwerte codiert. Im Wesentlichen finden hier die Ampelfarben Anwendung, wobei Gelb durch Orange ersetzt wurde, da weiße Ziffern auf gelbem Grund nur schwer lesbar wären und Orange zudem die Farbe von TUMsocial ist. Es wird bewusst von der gewohnten Sortierung der Farben abgewichen und die unbeantworteten Angebote werden zuerst angezeigt. Diese Maßnahme wurde ergriffen, weil unbeantwortete Anfragen möglichst zeitnah beantwortet werden sollen und somit am meisten Aufmerksamkeit benötigen. Des Weiteren werden alle Nullen, unabhängig davon in welcher Spalte sie auftreten, in Grau dargestellt. Somit werden diese

bewusst in den Hintergrund geschoben. Hiermit werden zweierlei Effekte bezweckt: Einerseits soll die Aufmerksamkeit von den Nullen abgelenkt werden, weil diese indirekt bedeuten, dass bislang keine Interessenten gefunden wurden. Wir wollen aber unsere Vermittlungserfolge stärker in den Vordergrund stellen als unsere Misserfolge. Dementsprechend sind von Null abweichende Zahlen in Signalfarben hervorgehoben, Nullen hingegen dezent gefärbt. Ferner erlaubt diese farbliche Codierung ein schnelleres Erfassen des Inhalts der Tabelle. Statt die Zahlenwerte einzeln lesen zu müssen, reicht ein kurzer Blick auf die Farbe, um zu erkennen, ob es Bewerber gibt oder nicht und ob diesen bereits zugesagt wurde.

4.3 Ablauf

Während der Umsetzung der oben dargestellten Funktionalitäten traten leider einige ungeplante Verzögerungen auf. Am schwerwiegendsten traf uns hierbei der Ausstieg zweier Team-Mitglieder im März 2013. Beide verließen beruflich bedingt München und hatten auch keine Zeit, um eine „Fern-Beziehung“ mit TUMsocial einzugehen.

Nachdem es sich bei den beiden Austretenden um Informatiker handelte, welche bis zu diesem Zeitpunkt für die Umsetzung der Webseite eingeplant waren, mangelte es uns massiv an technischem Know-How. Nachdem Web-Entwickler äußerst gefragt sind, gestaltete es sich zudem schwierig externen Ersatz anzuwerben. Letztlich trafen wir bei einem der Stammtische der Jungen Akademie auf Florian Schwaiger, welcher uns seitdem tatkräftig unterstützt.

Des Weiteren haben wir den mit dem Corporate Design verbundenen Zeitaufwand stark unterschätzt und haben, weil uns nicht von Anfang an bewusst war, dass wir an Design-Vorgaben gebunden sind, einige Arbeiten doppelt gemacht.

4.4 Aktueller Stand bis zum 16. August 2013

Angebotssuche sowie -verwaltung sind bereits umgesetzt und funktionsfähig. Die Verwaltung von Bewerbungen, Zu- und Absagen ist ebenfalls bereits aktiv. Ein größtenteils dem Corporate Design entsprechendes Layout wurde umgesetzt. Allerdings ist es noch nicht genehmigt. Voraussichtlich müssen noch kleinere Änderungen vorgenommen werden. Die statischen Inhalte (Vorstellung des Teams, Einführung in Funktionsweise von TUMsocial, FAQ, Datenschutzerklärung, AGB, Impressum, ...) sind bereits formuliert, allerdings noch nicht gelayoutet.

Die Benutzerverwaltung ist teilweise fertig gestellt. Unter anderem fehlt noch die Integration von Shiboloth. Nachdem die ursprünglich geplante Domain tumsocial.de durch das Corporate Communications Center der TUM nicht genehmigt wurde, wurde eine Einigung auf die Domain www.social.jungeakademie.tum.de erzielt. Voraussichtlich handelt es sich hierbei um die endgültige URL. Der Umzug auf diese URL sollte innerhalb der nächsten Woche abgeschlossen sein.

4.5 Weitere Planungen

Aktuell fehlen noch einige Funktionen. Kritisch und vor dem Release der Webseite notwendig, sind vor allem die Umsetzung des Stundenzettels sowie die Anbindung an Shiboloth. Beide Features wären nur schwierig im Nachhinein einzuführen. Würden wir später auf Shiboloth umsteigen, so müssten zum Zeitpunkt der Umstellung bereits bestehende Nutzerprofile manuell mit TUM-Accounts verbunden werden. Eine spätere Einführung des Stundenzettels andererseits würde für unsere Partner eine grundlegende Verfahrensänderung bedeuten und dementsprechend eventuell zu Verwirrung führen.

Vor dem Online-Gehen muss zudem das Design final vom Corporate Communications Center genehmigt werden. Sobald dies geschehen ist, kann das Layout der statischen Inhalte abgeschlossen werden.

Gegebenenfalls werden zu einem späteren Zeitpunkt nach dem Start unserer Webseite noch Erfahrungsberichte von Studenten online gestellt. Das spätere Hinzufügen von Erfahrungsberichten stellt weder für Benutzer noch für unsere Partner eine einschneidende Änderung in der Bedienung von TUMsocial dar, sodass eine spätere Einführung keine Probleme hervorrufen sollte. Des Weiteren muss TUMsocial ohnehin erst einige Zeit lang verfügbar sein, bevor erste Erfahrungsberichte eingehen können. Eine sofortige Umsetzung dieses Features wäre somit sinnlos.

4.6 Résumé

Leider kam es bei der Umsetzung vor allem durch den Ausstieg zweier Team-Mitglieder sowie durch mangelnde Kenntnis der aus dem Corporate Design entstehenden Verpflichtungen zu ungeplanten Verzögerungen. Nichtsdestotrotz glauben wir, dass wir mit der Gestaltung unserer Webseite unserem Claim gerecht werden. Zu guter Letzt wird „TUMsocial macht Helfen einfach“ der Realität entsprechen.

5 Rechtliche Aspekte

Zu jeder Website gehören ein Impressum und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs), Datenschutzerklärungen und in unserem Fall auch Haftungsausschlüsse.

Für die rechtlichen Fragen bekamen wir Unterstützung des Rechtsanwalts Björn Mentzer. Alle Texte, die verfasst wurden, wurden von ihm gegengelesen und wo nötig verbessert. Ein herzliches Dankeschön an ihn von unserer Projektgruppe auch auf diesem Wege! Unsere AGBs wurden in Anlehnung an die AGBs von Partnervermittlungsseiten erstellt.

Ausgangspunkt war dabei, dass wir selbst keine Tätigkeiten vermitteln, sondern lediglich den Kontakt zwischen den Trägern und den Studenten und Mitarbeiter der TU München herstellen.

Der Haftungsausschluss war ein sehr wichtiger Punkt, um uns als Projektgruppe und auch die TU München vor rechtlichen Folgen zu schützen, falls bei einer Tätigkeit etwas beschädigt wird oder sich jemand verletzt.

Gerade zum augenblicklichen Zeitpunkt ist Datenschutz ein heikles Thema. Daher haben wir sichergestellt, dass jedem Teilnehmer bewusst wird, dass die abgegebenen Kontaktdaten, bei denen er/sie sich für eine Tätigkeit beworben hat, an die Träger weitergegeben werden.

Um sicher zu gehen, dass sich sowohl die Studenten und Mitarbeiter als auch die Träger all dieser Punkte bewusst sind, müssen sie vor der Möglichkeit einer Kontaktherstellung allen Punkten zustimmen.

6 Umfragen

Um eine informative Grundlage für das weitere Vorgehen zu erhalten, führten wir eine Online-Umfrage unter Studenten und Mitar-

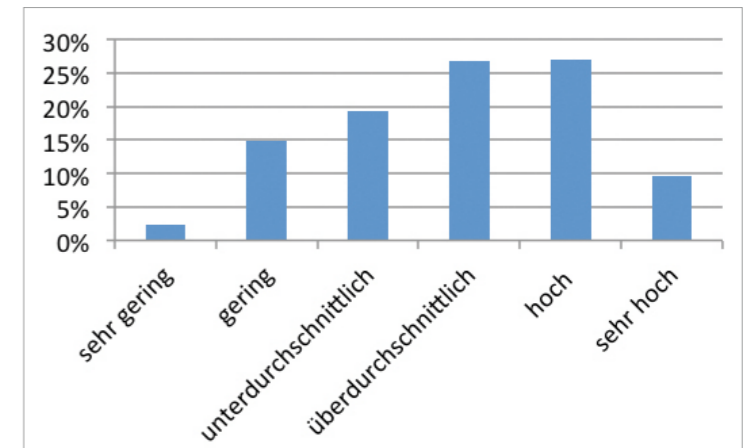


Tabelle 1: Ansehen sozialer Arbeit in der Gesellschaft

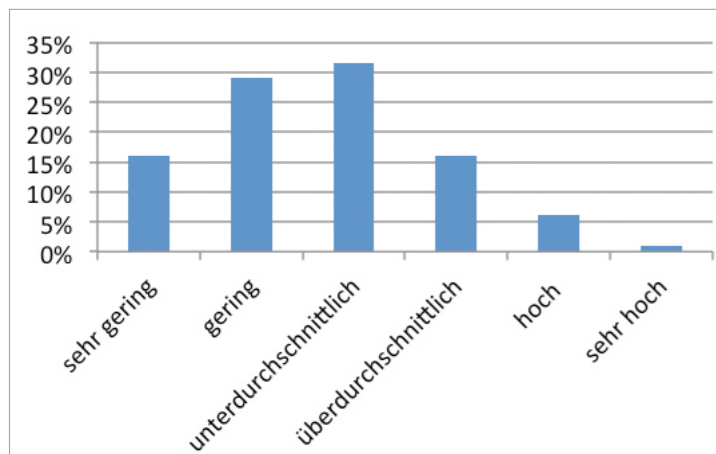


Tabelle 2: Soziales Ansehen der TU München

beitern der TU München durch. Hierbei nahmen insgesamt 310 Befragte teil. Viele gaben an, sich schon mit dem Thema „ehrenamtliche Arbeit“ beschäftigt zu haben: 88,06 % haben sich schon einmal Gedanken über ehrenamtliches Engagement gemacht und 77,74 % haben sich bereits sozial engagiert. Das Ansehen sozialer Arbeit in der Gesellschaft wurde meist als „überdurchschnittlich“ und „hoch“ bewertet (Tabelle 1). Dies zeigt, dass die Arbeit im sozialen Bereich aktuell und vor allem wichtig ist.

Auf die Frage, wie sozial die TU München von Außenstehenden gesehen wird, wurde meistens jedoch nur mit „gering“ und „unterdurchschnittlich“ geantwortet.

Hier gibt es folglich noch großes Verbesserungspotential, da soziales Engagement einerseits als sehr wichtig angesehen wird, andererseits aber noch nicht ausreichend vorhanden ist. Zudem wären 80,97 % der Befragten prinzipiell dazu bereit, sich ehrenamtlich zu engagieren, wenn die TU München eine direkte Vermittlung zu sozialen Einrichtungen anbieten würde – eine ideale Voraussetzung für unser Projekt.

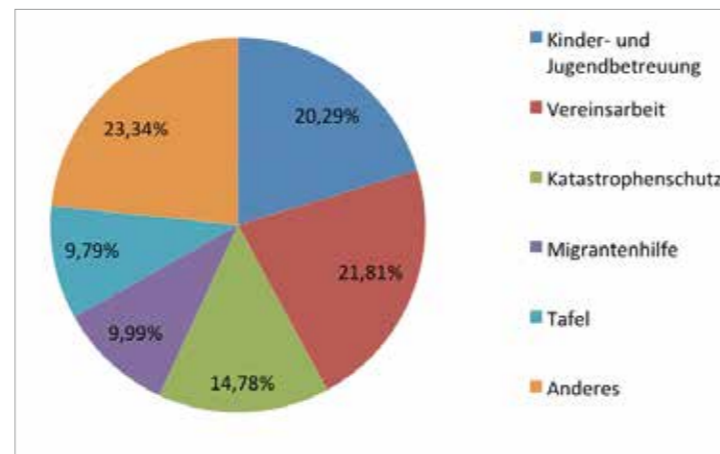


Abbildung 3: Priorisierte Tätigkeitsbereiche für soziales Engagement

Einer der Hauptgründe für die Verhinderung sozialen Engagements liegt, den Befragten zufolge, bei einer fehlenden Vermittlung (48,71 %). Dem wollen wir mit unserem Projekt Abhilfe schaffen, da durch eine Internetplattform eine eben solche Vermittlungsstelle zur Verfügung gestellt würde.

Neben der sozialen Anerkennung ist von 42,26 % auch eine Zertifizierung durch die TU München als Gegenleistung für soziales Engagement gewünscht. Deswegen streben wir auch das Ermöglichen von Zertifikaten durch die Carl von Linde-Akademie an. Zudem wurde gefragt, in welchen Tätigkeitsbereichen bevorzugt soziales Engagement vorstellbar ist:

Die Träger wurden unter Einbezug dieser Ergebnisse so ausgewählt, dass ein möglichst großer Bereich der Tätigkeitsfelder abgedeckt wird. Die Umfrage ermöglichte uns also einen grundlegenden Überblick und dadurch auch eine sinnvolle weitere Planung des Projektes.

7 Soziale Einrichtungen als Projektpartner

Die Vermittlungsplattform von „TUMsocial“ besteht im Wesentlichen aus zwei Benutzergruppen: den motivierten Studenten und Mitarbeitern der TU München, die sich sozial engagieren möchten und den sozialen Einrichtungen und Trägern, die Engagierte suchen.

Folglich war eine der Teilaufgaben des Projektes soziale Einrichtungen zu kontaktieren, sie von unserer Idee zu überzeugen und sie als Partner zu gewinnen. Die Auswahl der Träger trafen wir anhand des Umfrageergebnisses unter den TU Angehörigen. Danach waren die priorisierten Tätigkeitsbereiche die Kinder- und Jugendbetreuung, die Migrantenhilfe oder der Katastrophenschutz. Wir kontaktierten ca. 20 Träger aus dem Raum München, nicht nur mit dem Ziel sie von unserem Projekt zu überzeugen, sondern auch mit einer kleinen Umfrage, um Erfahrungen und Tipps der Träger zu sammeln. Die einstimmige Meinung ist, dass Bedarf an Engagierten besteht und deshalb eine Plattform wie TUMsocial sinnvoll ist, diese aber leicht zu verwalten sein müsste und vor allem kurzfristige Engagements zu berücksichtigen sein sollten.

In einem Interview mit Frau Jessica Reger von „Big Brothers Big Sisters Deutschland“ bei der zweiten Zwischenevaluation der TUM: Junge Akademie am 24.06.2013 konnten wir gemeinsam die verschiedenen Anliegen und Probleme der Träger bei der Suche nach Engagierten verdeutlichen und mögliche Lösungs- beziehungsweise Kooperationsmöglichkeiten präsentieren. Konkret ist zum Beispiel der Mangel an männlichen Engagierten bei „Big Brothers Big Sisters“ zu nennen; hier bietet die TU München mit 32.000 Studenten (davon 2/3 männlich) den perfekten Pool. Wir möchten uns hiermit nochmals recht herzlich bei allen Beteiligten für Ihr Engagement und Ihre hilfreichen Tipps zur Umsetzung unserer Plattform bedanken.

8 Kooperation der Carl von Linde-Akademie mit TUMsocial: Service Learning

Der Begriff Service Learning ist in letzter Zeit häufig anzutreffen in der öffentlichen Wahrnehmung. Er beschreibt die Kombination aus gesellschaftlichem Engagement und einer unterstützenden an sozialen Themen ausgerichteten Lehre, die den Studenten auch eine wissenschaftliche Sichtweise auf ihre ehrenamtliche Arbeit ermöglichen soll. Zum Beispiel könnte man sich vorstellen, dass Studenten, die sich in der Betreuung von Jugendlichen engagieren, ein Seminar zu Themen der Integration oder Gruppendynamik besuchen. Oder für diejenigen, die bei Schulprojekten helfen, die Geschichte von Arbeitsgemeinschaften in Schulen interessant wäre. Die Beispiele sind zahllos und decken das gesamte Spektrum gesellschaftlichen Engagements ab.

Zu Beginn unseres Projektes hatte keiner von uns von diesem relativ neuen Ansatz gehört. Nur durch Zufall sind wir auf ein bereits bestehendes Angebot der Carl von Linde-Akademie gestoßen. In Kooperation mit dem Verein Chancenwerk e.V. läuft zur Zeit das Programm SHS² – „Studenten helfen Schülern & Schüler helfen Schülern“. In diesem haben Studenten die Möglichkeit Schülern, die kurz vor einem Schulabschluss stehen, Nachhilfe zu geben und zwar in einer Art und Weise, die es diesen Schülern ermöglicht im Anschluss wiederum jüngere Schüler zu unterstützen. Begleitet wird dies von der Carl von Linde-Akademie durch vorbereitende Trainingsseminare.

Diese Idee gefiel uns so gut, dass wir den Verantwortlichen bei der Carl von Linde-Akademie, Herrn Prof. Brenner, kontaktierten, um über mögliche Schnittstellen mit unserem Projekt zu sprechen. Wir stellten unser Vorhaben und unsere Ideen vor und Herr Prof. Brenner gab uns sehr wertvolle Hinweise, wo mögliche Schwierigkeiten und Hürden liegen könnten.

Da unsere Plattform ja für eine breite Palette von ehrenamtlichem Engagement gedacht ist, musste zunächst zusammen erörtert werden, welche Form von begleitendem Seminar oder Workshop sinnvoll erscheint. So mussten Überthemen gefunden werden, wie zum Beispiel Soziales, Kulturelles oder Umwelt, um das unter-

schiedliche geplante Engagement der Studenten gut abdecken zu können. Aber auch die Form des Seminars wurde diskutiert, wobei zwischen eher „vorlesungsartig“ oder eher „Workshop-ähnlich“ hin und her überlegt wurde. Einen wichtigen Aspekt bildete die mögliche Zertifizierung durch die Carl von Linde-Akademie und die nötigen Voraussetzungen dafür. Da auch kurzzeitige ehrenamtliche Arbeit über unser Portal vermittelt werden soll, überlegten wir uns eine Möglichkeit, um für die Vergabe eines Zertifikates einen möglichst kleinen Aufwand für die Studenten zu garantieren. Dieser Zertifizierungsprozess sollte natürlich mit unserer Plattform und den dahinter stehenden Datenbanken abgeglichen werden können, sodass auch dieser Teil unseres Projektes mit in die Entwicklung und Programmierung der Webseite einbezogen werden musste. Als erstes Pilotprojekt soll nach Start der Plattform ein begleitendes Seminar, das durch Herrn Prof. Brenner betreut wird, stattfinden. Dies ist als erster Testlauf zu sehen, da natürlich diese Kooperation auf ein starkes Interesse seitens der Studenten und Mitarbeiter der TU München angewiesen ist. Bis dorthin sind noch einige Vorbereitungen zu treffen, aber wir sind alle sehr gespannt, wie diese zusätzliche Möglichkeit von den zukünftigen Nutzern unseres Portals TUMsocial angenommen wird.

An dieser Stelle noch einmal ein herzliches Dankeschön an Herrn Prof. Brenner, der uns mit seiner Erfahrung und seiner offenen Art sehr unterstützt hat. Wir freuen uns auf die kommende Zusammenarbeit.

9 Zusammenfassung und Ausblick

Ziel des Projektes war die Einrichtung einer Internetplattform zur Vermittlung von Tätigkeiten im sozialen Bereich an Studenten der TU München. Durch den einfachen Aufbau der Plattform sollte es primär erleichtert werden, Kontakt zu der entsprechenden sozialen Einrichtung aufzunehmen. Des Weiteren vereint eine solche Vermittlungsstelle ein profiligenaues Erstellen von Gesuchen durch die sozialen Träger sowie, je nach Präferenzen, das gezielte Suchen von Angeboten durch Studenten. Die Internetplattform wurde in einer Art und Weise entwickelt, die im optimalen Fall das Instand-

halten auf ein Minimum reduziert. Trotzdem wird ab und an ein Überprüfen und Archivieren der Gesuche notwendig sein.

Die Hauptaufgabe für die nähere Zukunft liegt jedoch vor allem in der Verbreitung der Plattform unter der Studentenschaft. Dahingehend ist für den Beginn des Wintersemesters 2012/2013 eine umfangreiche Werbeaktion für die Internetplattform vorgesehen. Im Zuge dieser werden wir auch kooperierende soziale Einrichtungen aus den verschiedensten Bereichen vorstellen. Damit hoffen wir, schon bald die ersten erfolgreichen Vermittlungen verbuchen zu können. Um bereits Studienbeginner sowie vermittelte Studenten auf das Programm aufmerksam zu machen, ist ein Newsletter angedacht, zu dem man sich bei der Immatrikulation anmelden kann und der die neuesten Angebote sowie Updates zum Programm beinhaltet. Falls TUMsocial großen Anklang findet, besteht bei Bedarf auch die Möglichkeit, weitere soziale Einrichtungen, die eventuell in anderen Tätigkeitsbereichen angesiedelt sind, mit einzubinden. So sind Kontakte zu TUMinternational entstanden, die sich momentan mit der Bildung des Projektteams SocialErasmus befassen. Dabei geht es um die Integration von Austauschstudenten im Rahmen des Erasmus-Programmes. Sobald dieses Team gebildet worden ist, werden Gespräche über eventuelle Kooperationsmöglichkeiten mit TUMsocial aufgenommen. Somit könnten auch universitätsbezogene soziale Engagements in die Liste der Angebote für Studenten aufgenommen werden.

Durch die Art des Systems besteht außerdem die Möglichkeit für Studenten, sich geleistetes ehrenamtliches Engagement anrechnen zu lassen. In Zusammenarbeit mit dem Social Learning Programm der Carl von Linde-Akademie arbeiten wir an einer Möglichkeit, Zertifikate für ehrenamtliches Engagement zu verleihen. Dabei können die geleisteten Stunden individuell gezählt und auf dem Stundenkonto des Studenten gutgeschrieben werden. Ab einer bestimmten Stundenanzahl bestünde dann die Möglichkeit, ein Seminar der Carl von Linde-Akademie zu Social Learning zu besuchen. Die Kombination beider Leistungen ermöglicht das Ausstellen eines Zertifikates durch die Carl von Linde-Akademie. Derzeit befindet sich das entsprechende Programm der Carl von Linde-Akademie noch im Aufbau.

Außerdem wird eine Einbettung in TUMnet angedacht, welches nächstes Jahr als Social-Media-Plattform der TUM online gehen soll. Da jedoch die Mehrheit der notwendigen Funktionen wie die erforderliche Rückmeldung der Träger von TUMnet nicht unterstützt wird und für die Integration dieser Funktionen Programmierarbeiten nötig wären, die den Zeitrahmen des Projektes sprengen würden, wird TUMnet voraussichtlich lediglich als eine Art Forum für TUMsocial Verwendung finden. Des Weiteren könnten Anzeigenflächen für TUMsocial genutzt werden, die dann auf die Homepage von TUMsocial verweisen. Eine solche Kooperation würde in jedem Fall zur Verbreitung von TUMsocial unter der Studentenschaft beitragen.

10 Literaturverzeichnis

- [1] **Hermann, Wolfgang A. (Hsg.) (2008):** TUM Corporate Design. Styleguide Technische Universität München. Zweite gründlich revidierte und erweiterte Auflage.
In: <http://portal.mytum.de/corporatedesign/print/styleguide/download/> (Abgerufen am 14.08.2013)
- [2] **Smashing Magazine (2013):** Infinite Scrolling: Let's Get To The Bottom Of This.
In: <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2013/05/03/infinite-scrolling-get-bottom/> (Abgerufen am 16.08.2013)
- [3] **Nguyen, Dan (2013):** Why did infinite scroll fail at Etsy?
In: <http://danwin.com/2013/01/infinite-scroll-fail-etsy/> (Abgerufen am 16.08.2013)