

RESEARCH

Alexander V. Steckelberg
Alexander Kiel *Hrsg.*

Kreativität im Sport

Kreative Fallstudien
für die praxisnahe Lehre



Springer VS

Kreativität im Sport

Alexander V. Steckelberg · Alexander Kiel
(Hrsg.)

Kreativität im Sport

Kreative Fallstudien
für die praxisnahe Lehre

 Springer VS

Herausgeber

Alexander V. Steckelberg
Karlsruhe, Deutschland

Alexander Kiel
Dortmund, Deutschland

OnlinePlus Material zu diesem Buch finden Sie auf
<http://www.springer.com/978-3-658-16183-5>

ISBN 978-3-658-16182-8 ISBN 978-3-658-16183-5 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-16183-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Dieses Buch liefert kreative Impulse zur Lösung der beiden wichtigsten Probleme der Interaktion zwischen Wissenschaft und Praxis – Anreicherung der Wissenschaft durch aktuelle Daten und Informationen aus der Praxis und wissenschaftlicher Transfer in die Praxis – hier insbesondere am Beispiel des Sports und Sportmanagements.

Erstens enthält es zahlreiche vollwertige Fallstudien zu den Themen Sport, Sportmanagement und Soziale Arbeit im und durch Sport. Einerseits zeigen diese Fallstudien die für Sportvereine und Sportorganisationen typischen Probleme. Andererseits enthalten sie diverse Ideen aus der Praxis und zeigen, wie Kreativität im Sport genutzt und praktiziert werden und zur Lösung der Probleme beitragen kann. Die vorliegenden Fallstudien können an Universitäten und Hochschulen in betriebs- und berufspädagogischen sowie Wirtschaft-, Sozialarbeit-, Sport- und Sportmanagement-nahen Studiengängen zur Gestaltung praxisnaher Lehre genutzt werden. Insbesondere erlauben sie die Durchführung vollwertiger Fallanalysen. Damit können die Hochschulen ihr Repertoire hinsichtlich der Nutzung von Fallstudien erweitern und diese nicht nur als Beispiele sondern zur „Versetzung“ der Studierenden in die Praxissituationen einsetzen.

Zweitens liefert dieses Buch in dem anstelle der Bucheinleitung verfassten Artikel Ideen zur kreativen Gestaltung des Transfers wissenschaftlicher Ideen und Theorien in die Praxis. Schließlich können Sportvereine und Sportorganisationen sowie auch Unternehmen, gemeinnützige Organisationen, öffentliche Institutionen und wissenschaftliche Einrichtungen die im Buch enthaltenen Ideen und Fallstudien auf unterschiedliche Art und Weise nutzen. Zum Beispiel, wie sie alltägliche und bedeutende Momente ihrer Entwicklung festhalten und zur Verbreitung eigener Botschaften einsetzen und gleichzeitig dem Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis in einer kreativen und sinnvollen Weise beitragen können.

Inhaltsverzeichnis

Alexander V. Steckelberg

Anstelle einer Bucheinleitung: Komponenten-Theorie kreativen Lernens und Fallstudien – Brücken zwischen Theorie und Praxis oder über den sportlichen Umgang mit didaktischen Herausforderungen 9

Alexander Kiel

Frischzellenkur für den TSC Eintracht Dortmund – vom Energieeinsparprojekt zum Energie- und Umweltprojekt..... 31

Alexandra Dix

Kunstradfahren – das Geheimnis der Sportwelt 47

Romina Ferrero

Leistungssport in Deutschland – illusorisch oder realistisch?! 59

Christian Hahn

Markenmanagement als Erfolgsfaktor der Unternehmensführung 75

Haider Hassan

Große Brüder und goldene Regeln – der Kick zur späten Stunde 87

Laura Hayen

Jung, sportlich, engagiert: Junges Ehrenamt im Fußballverband Niederrhein.. 111

Sebastian Hock

Das Team vom (R)Eck 127

Maren Rackebrandt

SSV Plittersdorf: Neue Wege für eine sichere Zukunft?! 141

Eva Zwilling

„Sport bewegt Familien – Familien bewegen den Sport“: Ein Projekt des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB)	157
Autoren	169
Literaturverzeichnis	179

Hinweis zu den Abbildungen

Alle Abbildungen sind in ihrer originalen Farbigkeit auf www.springer.com abrufbar auf der Produktseite dieses Buches.

Anstelle einer Bucheinleitung: Komponenten-Theorie kreativen Lernens und Fallstudien – Brücken zwischen Theorie und Praxis oder über den sportlichen Umgang mit didaktischen Herausforderungen

Alexander V. Steckelberg

Es war ein Experiment und so gingen wir, die beiden Herausgeber dieses Bandes es auch an. Wir wollten das kreative Format eines Seminars in Verbindung mit einer anschließenden Fallstudienpublikation verwirklichen und dies mit Teilnehmern, die bis dahin – wie dies an deutschen Hochschulen noch sehr häufig der Fall ist – noch nie eine vollständige Fallstudienanalyse durchgeführt, geschweige denn eine eigene Fallstudie geschrieben haben. Zudem wollten wir, dass die Fallstudien sich thematisch mit „Kreativität im Sport“ auseinandersetzen und dazu im Seminar eine fundierte Einführung in das Thema „Kreativität“ geben. Wir hatten allerdings auch den Anspruch, nicht nur die anwendungsorientierte Seite des Themas zu vermitteln, sondern auch eine einer akademischen Institution gerechte theoretische Grundlage aus geeigneten Modellen und Theorien der Kreativität zu geben. Und zu guter Letzt: Für all dies hatten wir nur einen einzigen Tag. Es war also eine echte didaktische Herausforderung und genau diese suchten wir.

Warum? Wir wollten die Grenzen unseres Könnens austesten, um die Erfahrungen in den späteren Seminaren nutzen zu können. An dieser Stelle gilt wohl zu verraten, dass Alexander Kiel ein Absolvent des Studiengangs „Sportmanagement“ der Hochschule Koblenz (Campus Remagen) ist, sowie langjähriges Vorstandsmitglied und Vorsitzender des Alumni-Vereins „SpoRAC e.V.“ des genannten Studiengangs war. Das Seminar kam also durch eine persönliche Vermittlung zustande, wurde unentgeltlich durchgeführt und die beiden Seiten gingen ein freiwilliges Experiment ein: Für die Hochschule Koblenz und „SpoRAC“ war es das erste Seminar in dieser Form und wir hatten unsere „Spielwiese“ erhalten. Sportmanagement? Kreativität im Sport? Es war also naheliegend, dass wir die Herausforderung auch auf eine sportliche Art und Weise angingen.

So viel vorab: Unsere Erwartungen wurden bei Weitem übertroffen. Die Teilnehmer – Studierende und Absolventen des Studiengangs – arbeiteten nicht nur im Thema „Kreativität“ fleißig mit, sondern bewiesen auch in den praktischen Übungen zum Thema „Fallstudien“, nicht nur „das Thema auf einer theoretischen Ebene verstanden zu haben“, sondern es auch mit Leben füllen zu können. Denn dies war ihre schwierigste Aufgabe, das theoretische Gerüst einer Fallstudie zu entwickeln und das in weniger als einer Stunde.

Apropos Theorie: Es ging uns in erster Linie um die Verbindung von Theorie und Praxis und um die praktische Seite einer jeden guten Theorie. Dies habe ich deswegen auch zum Thema meines Beitrags gemacht, der anstelle einer Einleitung zum Buch hier erscheint, und in der Form auch eine Art Experiment darstellt. Anstatt einer kurzen Einleitung oder auch einer anderen Extreme, nämlich eines kompletten Berichts über die Vorbereitung des Seminars, die Seminarführung und über die vermittelten Inhalte sowie die Seminarnachbereitung und Entwicklung dieses Buches, habe ich mich dazu entschlossen, in diesem Beitrag über Modelle und Theorien zu schreiben; zum Ersten über das Phänomen der Kreativität bzw. des kreativen Lernens, zum Zweiten bezogen auf Fallstudien und zum Dritten im Allgemeinen. Denn gut designte Modelle und Theorien helfen Inhalte unterschiedlichster Natur zu verstehen und zu vermitteln, Fallstudien zu schreiben und zu analysieren, Theorie und Praxis miteinander zu verbinden und schließlich sowohl Theorie als auch Praxis zu gestalten. Aber eins nach dem anderen.

Modelle und Theorien

«Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie» – diese These wird mindestens drei Autoren zugesprochen: Kurt Lewin, Albert Einstein und Immanuel Kant¹. Und tatsächlich gibt das Conant-Ashby-Theorem einen mathematischen Beweis dafür, dass das optimal funktionierende menschliche Gehirn ein Modell der (Um-)Welt entwickeln muss, damit der Mensch auf seine Herausforderungen angemessen reagieren kann, oder, wie dies nicht nur in der kybernetischen Sprache heißt, um die (Um-)Welt zu steuern². Umfassende oder besonders herausragende Modelle werden Theorien genannt. Somit ermöglicht erst eine Theorie oder ein Modell das menschliche Handeln, die Praxis. Deswegen wurden auch in unserem Seminar sowohl das Verständnis des Phänomens Kreativität mit den entsprechenden Modellen und Theorien unterlegt als auch den Teilnehmern geraten, sowohl bei der Analyse als auch beim Schreiben einer Fallstudie mit

1 ETH Zürich, S. 4

2 Conant and Ashby 1970

einem Modell bzw. einer Theorie anzufangen: Welche Zusammenhänge gibt es in der Studie? Wie sind die Interaktionen zwischen den Protagonisten? Welche theoretischen und praktischen Kenntnisse sollen vermittelt werden? Wie sollen die Inhalte der Studie aufgebaut werden, um die Inhalte zu vermitteln und die Lesbarkeit zu erhöhen? Ausgehend von Fragen wie diesen können Fallstudien entwickelt werden.

Die praktische Seite einer guten Theorie scheint aber heutzutage im Alltag in Vergessenheit zu geraten. Praktiker verlassen sich scheinbar immer häufiger auf ihr „Bauchgefühl“ (Embodiment bzw. Verkörperung ist damit leider nicht gemeint) – aus zeitlichen Gründen oder weil sie bereits in der Vergangenheit existierende Theorien zur Lösung ihrer Probleme ohne Erfolg ausprobiert haben. So werden aber Ursache und Wirkung vertauscht. Die Theorie oder das Modell wird nicht der Situation passend konstruiert – in der Umgangssprache wird ein solcher Vorgang treffend „sich einen Überblick verschaffen“ genannt – sondern ein existierendes und vielleicht immer wieder benutztes Modell, das für die konkrete Situation allerdings nicht unbedingt geeignet ist, bemüht wird. Dabei ist ein Modell immer nur so gut wie es der sogenannte Beobachter haben will und anwenden kann. Der Beobachter – im o.g. Beispiel mit dem menschlichen Gehirn ist der Beobachter der Mensch selbst – entscheidet, welchen Teil des beobachteten bzw. zu steuernden Systems: Umwelt, Organisation, Abteilung etc. er tatsächlich steuern will und/oder kann. Dieser Sachzusammenhang wird in Abbildung 1 verdeutlicht. Verwendet ein Manager ein zu seiner Organisation nicht passendes Modell, um seine Organisation zu steuern, so „beobachtet“ er nur einen Organisationsteil – vielleicht nicht gerade den, durch dessen Steuerung die Steuerung der Gesamtorganisation ausreichend gut „ersetzt“ werden kann – und/oder versucht, Zustände zu steuern, die seine Organisation gar nicht hat bzw. aufweist. Beides ist kontraproduktiv: Entweder wird das Falsche gesteuert oder es wird das Richtige ignoriert. Der Frust ist somit vorprogrammiert, denn der Manager verhält sich hierbei wie ein Arzt, der bei der Behandlung von Krankheit A, einen Entscheidungsbaum zur Behandlung der Krankheit B benutzt.

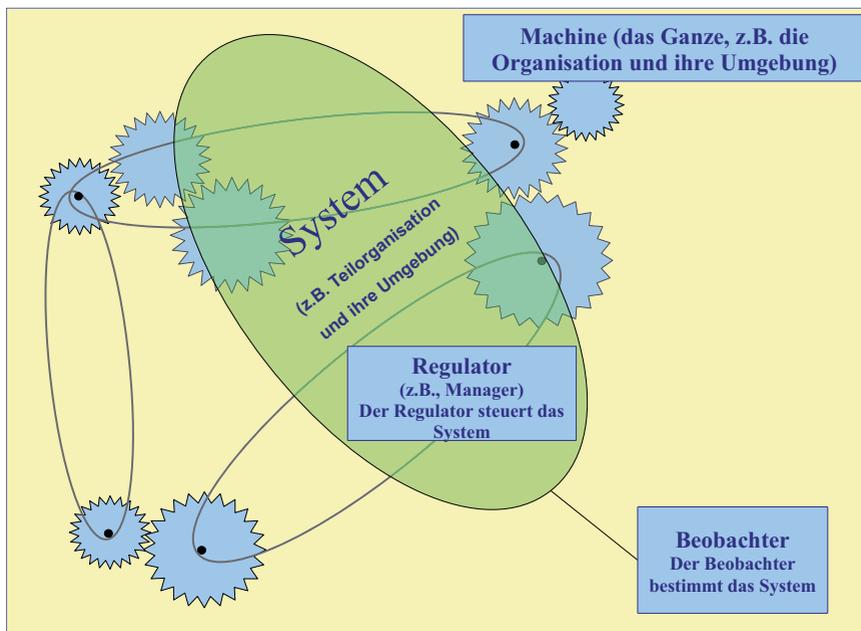


Abbildung 1: Maschine, System, Beobachter und Regulator

Quelle: eigene Darstellung

Spätestens seitdem das Organisationsmanagement auch als ein Fachgebiet des Designs bzw. als Organisationsdesign betrachtet wird³ gibt es einige Vertreter dieser neuen, zum wissenschaftlichen Status strebenden Disziplin, die Theorie regelrecht „verteufeln“⁴. Dies wird insbesondere mit dem Verweis auf die schnellen Veränderungen und die wachsende Komplexität des Umfelds bzw. der Bedingungen der heutigen Welt gemacht, die die existierenden Theorien oft nicht berücksichtigen (können). Auf der anderen Seite beharren die „traditionellen“ (Sozial-)Wissenschaften auf (ihren) Theorien, ohne dass deren Weiterentwicklung genügend Aufmerksamkeit geschenkt wird: Zersplitterung in Sub-Sub-Disziplinen und Dominanz der statistisch geprägten Forschung als vermeintliches Streben in die Richtung der „exakten“ Wissenschaften dominieren die „traditionelle“ wissenschaftliche Landschaft von heute⁵. Die Praktiker verlieren dadurch aber immer weiter den Überblick. Dies macht wiederum die wissen-

3 vgl. z.B. Boland and Collopy 2004

4 vgl. z.B. Suchman 2003

5 Steckelberg 2015, i. P.

schaftlichen Erkenntnisse noch weniger attraktiv und schwieriger zugänglich für sie. Gegenseitiges Unverständnis führt aber auch dazu, dass die „traditionellen“ Wissenschaften die „modernen“ Wissenschaften nicht als solche akzeptieren. Letztere wehren sich durch angestrebte Praxisnähe, den (negativen) Verweis auf die „westliche“ Philosophie, die den „westlichen“ Wissenschaften zugrunde liegt⁶, und durch die Ausarbeitung von Konzepten wie das der „postnormalen“ Wissenschaften⁷.

Design kann aber offensichtlich eine Schlüsselrolle in der geschilderten Situation spielen bzw. entscheidend zur Lösung dieser Situation beitragen. Gemeint ist die didaktische Rolle des Designs von Modellen und Theorien. Intuitiv scheint klar, dass Design die Akzeptanz für Theorien und Modelle wie bei jedem Produkt – und Modelle und Theorien sind Produkte menschlichen Denkens (vgl. oben) – erhöhen oder mindern kann. Die Frage ist daher, durch welche konkreten Maßnahmen (vgl. Abschnitt „Diskussion“) die Akzeptanz der entsprechenden Modelle in Theorie und Praxis erhöht werden kann. Eine Möglichkeit ist sicherlich – dies kennen viele Leser aus ihrer Schulzeit oder aus dem Studium – die zu vermittelnde Theorie mit beispielhaften Fallstudien zugänglicher zu machen. Eine Alternative ist es, die Theorie in einer bzw. als eine Fallstudie zu präsentieren. Diesen Möglichkeiten sind die weiteren Beiträge dieses Buchs gewidmet. Dieser Beitrag beschäftigt sich daher mit dem anderen Zugang, ein Modell oder eine Theorie buchstäblich zu veranschaulichen: Mit der Gestaltung eines Modells und dessen Abbildung. Die Abhandlung ist deswegen auch im Zusammenhang mit den Fallstudien ratsam, weil:

- die erwähnte Gestaltung auch hinter der schriftlichen Übertragung in eine Fallstudie steht,
- die Darstellung eines Modells oder einer Theorie in Form eines Bildes während der Erstellung eines Fallstudientextes hilft, diese verständlicher zu gestalten und zudem Klarheit bei der Analyse einer Fallstudie verschafft,
- eine Abbildung (eines Modells) im Text einer Fallstudie das Verständnis beim Lesen erhöhen kann.

In diesem Beitrag wird darüber hinaus gezeigt, dass die Gestaltung bzw. das Design eines Modells weitreichende Folgen außerhalb des oben genannten haben kann, nämlich:

6 vgl. Suchman 2003, Steckelberg 2015, i. P.

7 vgl. Funtowicz and Ravetz 1993, 2003, Suchman 2003, Wilkinson and Eidinow 2008, Steckelberg 2015, i. P.

- Flexibilität und Beständigkeit im Sinne der ständigen Anpassungsfähigkeit an den aktuellen wissenschaftlichen Stand bei der gleichzeitigen Wahrung des (Grund-)Aufbaus bzw. des (Grund-) Aussehens der Abbildung des Modells gewährleisten und dadurch
- die Akzeptanz in der Wissenschaft und Praxis erhöhen.

Dies kann aber auch dazu führen, dass bestimmte etablierte Modelle als Vereinigung oder für die (Wieder-)Vereinigung der einzelnen Sub-Felder benutzt werden können. So kann die Zersplitterung der Wissenschaften überwunden werden. Die Beschreibung der grundsätzlichen Idee wird im nächsten Abschnitt mit einem Beispiel eingeleitet, das sich durch drei Abschnitte zieht.

Komponenten-Theorie der Kreativität

Eines der Modelle, das ich den Teilnehmern des Seminars vermittelt habe, war die Komponenten-Theorie der Kreativität. Diese Theorie wurde 1983 als Komponenten-Modell der Kreativität von Teresa Amabile eingeführt (vgl. Abbildung 2).

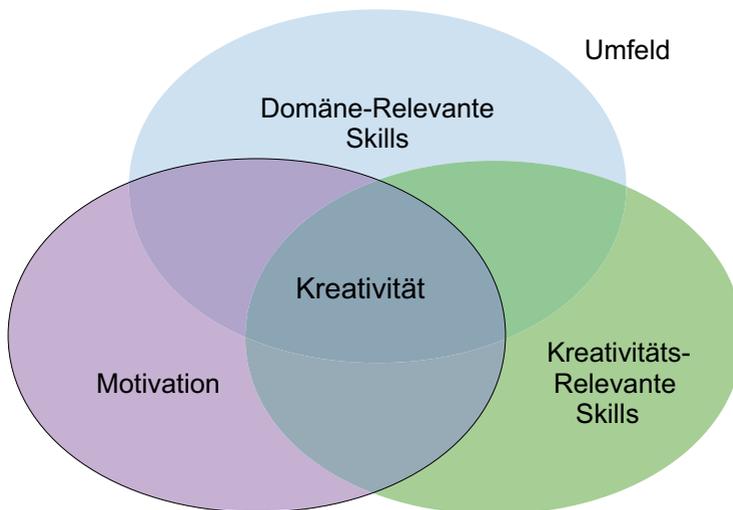


Abbildung 2: Komponenten-Modell der Kreativität von Amabile

Quelle: Steckelberg i.V., Darstellung nach Amabile 1983, 1996a, 1996b, 1997, Lubart 1999, Amabile 2012, 2013

Seitdem wurde das Modell mehrmals angepasst⁸. Die Theorie inkludiert alle Faktoren, die zur Kreativität beitragen – personen- und umfeldbezogene Faktoren⁹. «Darunter sind die folgenden drei „innerpersönlichen“ Komponenten (Amabile 2012, 2013)¹⁰, die notwendig für Kreativität in jeder gegebenen Domäne sind (Amabile 1996a)¹¹:

- Domäne-Relevante Skills bezeichnen die Expertise in der relevanten Domäne oder in den relevanten Domänen (Amabile 2012, 2013)¹²
- Kreativitäts-Relevante Skills sind der Kreativität dienliche kognitive Prozesse (Amabile 2012, 2013)¹³ und
- die (aufgabenbezogene) Motivation.

Die vierte Komponente liegt außerhalb der kreativen Person und ist das Umfeld – insbesondere das soziale Umfeld (Amabile 2012, 2013, vgl. auch Amabile 1983, Amabile, Hennessey and Grossman 1986, Amabile 1996b, Amabile et al. 1996, Amabile 1997, Lubart 1999, Amabile et al. 2005, Amabile and Mueller 2008, Amabile and Pillemer 2012, Steckelberg i.V.)¹⁴»¹⁵.

8 Amabile 2012, 2013, Steckelberg 2015, i. P., i.V.

9 Amabile 1996a, 2012, 2013, Steckelberg 2015, i. P., i.V.

10 Amabile 2012, 2013

11 Amabile 1996a

12 Amabile 2012, 2013

13 Amabile 2012, 2013

14 Amabile 2012, 2013, vgl. auch Amabile 1983, Amabile, Hennessey and Grossman 1986, Amabile 1996b, Amabile et al. 1996, Amabile 1997, Lubart 1999, Amabile et al. 2005, Amabile and Mueller 2008, Amabile and Pillemer 2012, Steckelberg i.V.

15 Steckelberg 2015, i. P.

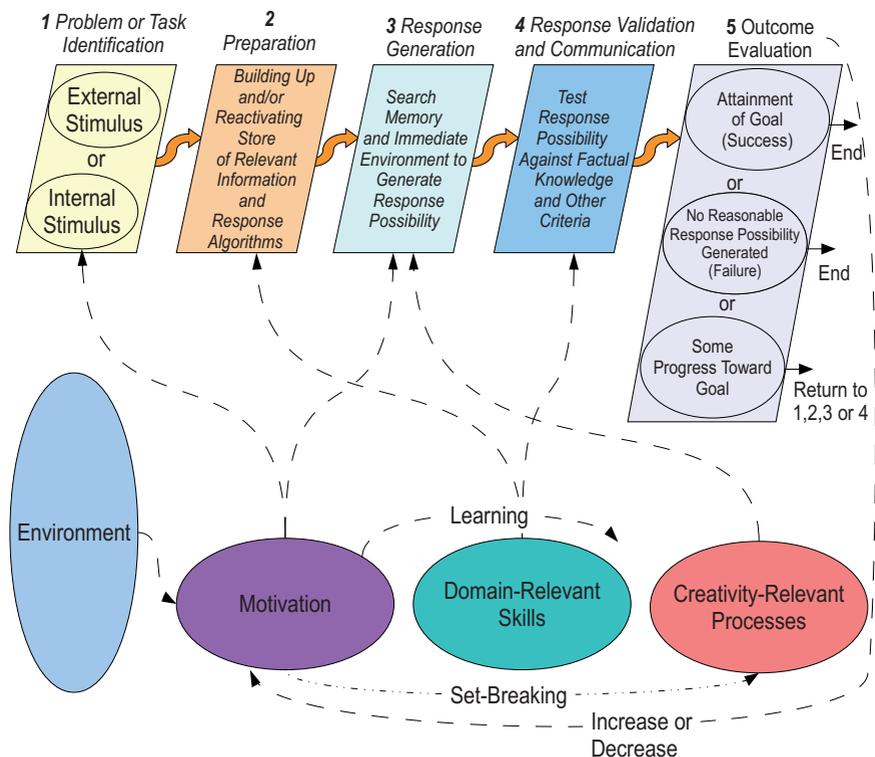


Abbildung 3: Komponenten-Theorie der Kreativität von Amabile

Quelle: Steckelberg i.V., Darstellung nach Amabile 1996b, S. 113, Lubart 1999, Amabile 2012, 2013

«Die Komponenten des Modells beeinflussen einen und werden beeinflusst von einem kreativen Prozess, der aus den folgenden fünf Phasen besteht»¹⁶:

1. Problemidentifikation (Identifikation, Definition, oder Finden des Problems),
2. Vorbereitung (jegliche notwendigen Vorbereitungen: Sammeln von Informationen, Entwicklung spezifischer Kenntnisse und Fähigkeiten etc.)
3. Entwicklung einer Idee, Antwort bzw. Reaktion

4. Ideen-, Antwort- oder Reaktions-Bewertung und Kommunikation (Experimentieren, Validieren, Vorbereiten einer klaren Kommunikation etc.)
5. Evaluation des (Zwischen-)Ergebnisses (Evaluation der als (vorläufige) Lösung kommunizierten Idee – auch von den anderen, sobald die Kommunikation an die Öffentlichkeit erfolgt)¹⁷

«Dieser Prozess soll nicht als eine einfache sequenzielle Abfolge gesehen werden. Wenn notwendig, können die einzelnen Phasen übersprungen oder wiederholt werden, sodass eine spiralförmige Entwicklung als eine Verkettung der 1-2-3-4-5-Serien, in denen einige der Schritte ausgelassen werden, entsteht. Dabei bedeutet „ausgelassen“, dass der entsprechende Schritt die Zeit = 0 andauert. Die Komponenten-Theorie der Kreativität zeigt wiederum auf, dass Lernen, während des oben beschriebenen Prozesses, das vitale Fundament der Kreativität ist (Amabile 2012, 2013, vgl. Steckelberg i.V.)¹⁸. Folgend kann dieser Prozess als kreativer Lernprozess bezeichnet werden (Steckelberg i.V.)¹⁹»²⁰. Die Komponenten-Theorie der Kreativität ist in Abbildung 3 dargestellt.

Jahrzehnte der Forschung haben der Komponenten-Theorie der Kreativität eine solide Menge empirischer Belege gebracht und gleichzeitig einige substantielle Änderungen gefordert. So ging Amabile in ihrem ersten Modell davon aus, dass nur die intrinsische Motivation kreativitätsrelevant sei. Die extrinsische Motivation wurde dem damaligen Stand der Forschung nach als kontraproduktiv bzw. die intrinsische Motivation mindernd angesehen. Spätere Forschung forderte an dieser Stelle eine deutliche Korrektur.²¹ Anzumerken ist aber, dass diese bedeutende Änderung durch das einfache „Verschwinden“ des Wortes „intrinsisch“ in der Beschreibung bzw. Abbildung der Theorie durchgeführt werden konnte.

Heute ist die Komponenten-Theorie der Kreativität von Teresa Amabile eine der bedeutendsten Kreativitätstheorien²². Die Theorie kann auch vereinfacht wie in Abbildung 4 dargestellt werden.

17 vgl. Steckelberg 2015, i. P., i.V.

18 Amabile 2012, 2013, vgl. Steckelberg i.V.

19 Steckelberg i.V.

20 Steckelberg 2015, i. P.

21 vgl. Amabile, Hennessey and Grossman 1986, Amabile 1993, Shalley and Perry-Smith 2001, Amabile 2012, Amabile and Pillemer 2012, Amabile 2013, Steckelberg i.V.

22 Amabile 2012, 2013, Steckelberg 2015, i. P., i.V.

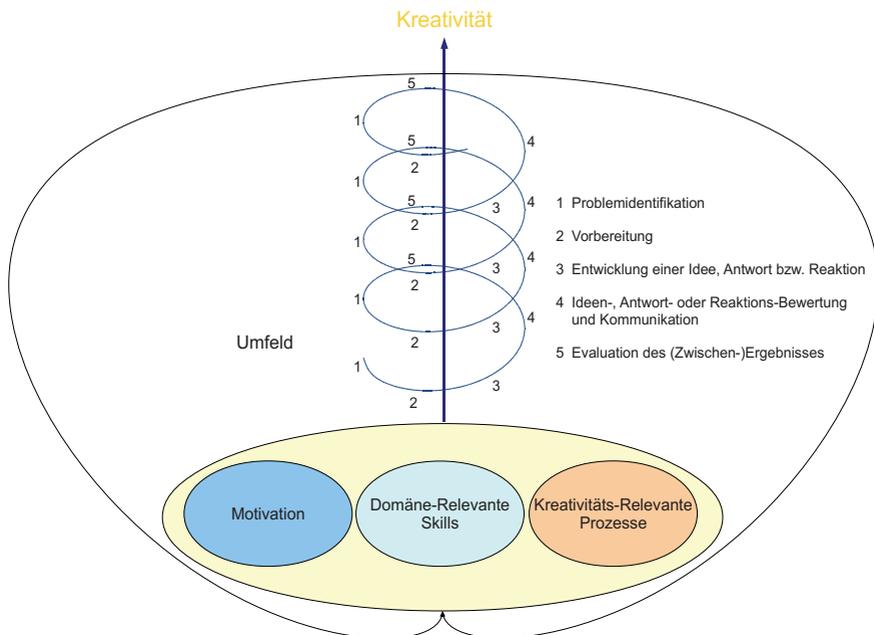


Abbildung 4: Komponenten-Theorie der Kreativität von Amabile

Quelle: Steckelberg i.V., Darstellung nach Kolb 1984, S. 22f, Amabile 1996b, S. 113, Lubart 1999, Amabile and Mueller 2008, S. 36, Amabile 2012, 2013

INVO-Modell erfolgreichen Lernens

Das INVO-Modell erfolgreichen Lernens hat seinen Ursprung in dem Modell des erfolgreichen Strategie-Anwenders. Dieses Modell wurde von Michael Pressley, John Borkowski und Wolfgang Schneider Mitte der Achtzigerjahre des 20. Jahrhunderts vorgestellt und sollte beschreiben, welche Faktoren zum Erfolg des menschlichen Lernens führen²³. Zusammen entsprachen die erfolgreichen Strategie-Anwender der folgenden Beschreibung:

- «– sie sind reflexiv,
- sie planen ihr Lernverhalten,
- sie nutzen effiziente Lernstrategien,

23 vgl. Pressley 1986, Pressley, Borkowski and Schneider 1987, 1989

- sie wissen, wie, wann und warum solche Strategien einzusetzen sind,
- sie sind motiviert, diese Strategien einzusetzen,
- sie nutzen Lernstrategien zunehmend automatisch,
- sie überwachen ihre Lern- und Leistungsfortschritte,
- [...]
- sie verfügen über ein reichhaltiges [Vorwissen],
- sie vertrauen ihren Lernfähigkeiten,
- sie sind davon überzeugt, dass sie sich stets weiter verbessern können und halten dies auch für wünschenswert,
- sie stellen sich immer wieder neue(n) Anforderungen.»²⁴

Somit sind die erfolgreichen Strategie-Anwender durch eine günstige Ausprägung selektiver Aufmerksamkeit, Strategien metakognitiver Regulation, Vorwissen, Motivation und Selbstkonzept ausgezeichnet²⁵. Dies entsprach dem damaligen Stand der Forschung. Das Modell eines erfolgreichen Strategie-Anwenders ist graphisch in Abbildung 5 dargestellt.

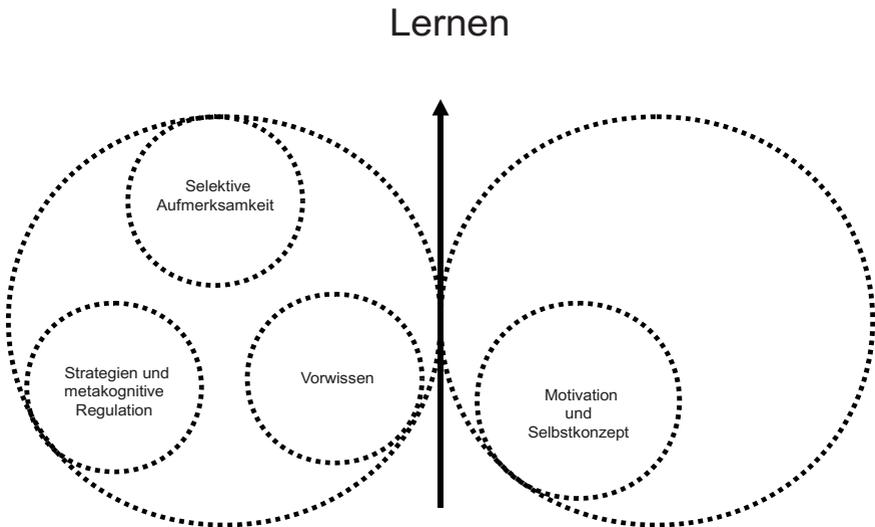


Abbildung 5: Modell des erfolgreichen Strategie-Anwenders

Quelle: Steckelberg i.V., Darstellung nach Pressley, Borkowski and Schneider 1989 und in Anlehnung an Hasselhorn und Gold 2009, S. 68

24 Hasselhorn und Gold 2009, S. 67, in Steckelberg i.V. leicht adaptiert entsprechend Pressley, Borkowski and Schneider 1989)

25 Pressley, Borkowski and Schneider 1989, Hasselhorn und Gold 2009, S. 67, Steckelberg i.V.)