

Wintersemester 2019/2020 Social Innovation I Bootcamp von 21.11.-23.11.2019



Das Social Innovation Bootcamp geht in die nächste Runde Was kommt dabei heraus, wenn sich 24 BWL-Studenten, fünf kenianische Sozialunternehmer, eine Unternehmensstiftung und eine IT und- Kommunikationsagentur für drei Tage im Stadion des FC Ingolstadt einschließen? Eine Menge guter Ideen, wie man die Welt ein bisschen besser machen kann! In Zusammenarbeit mit den Bayer-Stiftungen und der Achtig20 fand vom 21. bis 23. November 2019 wieder das Social Innovation Bootcamp statt, bei dem die Masterstudierenden des Kurses Social Innovation I lernten, wie gesellschaftliche Herausforderungen auf unternehmerische Art und Weise in Angriff genommen werden können. Im Social-Innovation-Modul arbeiten die Studierenden der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt ein Jahr lang mit einer Gruppe Sozialunternehmer zusammen, deren Geschäftsmodelle jeweils relevante gesellschaftliche Probleme im Bereich Gesundheit und Ernährung, vor allem in Afrika, adressieren. Die Bayer-Stiftung unterstützt solche Social-Impact-Pioniere finanziell, aber auch durch Mentoring, Coaching und Zugang zu einschlägigen Netzwerken, um sie in ihrem Vorhaben mit der nötigen Business-Expertise zu unterstützen. Einen wichtigen Bestandteil dieser Unterstützung bildet die Kooperation mit den KU-Studierenden des Kurses „Social Innovation I“. Diese bringen sich mit ihrer Business-Expertise und Kreativität ein und haben im Gegenzug die Möglichkeit, die theoretischen und konzeptionellen Inhalte der Vorlesung auch praktisch anzuwenden: So erleben sie konkret wie es sich anfühlt, als Unternehmerinnen und Unternehmer gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und ‚Fluchtursachen zu bekämpfen‘. Social Innovation I – Pflichtmodul der ENTREpreneurship Master-Vertiefung der WFI, ist damit auch ein Ausdruck der Transfer-Strategie der KU, die wissenschaftliche Konzepte wie gesellschaftlicher Praxis verbinden will. Den Auftakt des Camps bildete ein

Design-Thinking-Workshop der Unternehmensberatung Achtzig20, der die Studierenden darauf vorbereiten sollte, die Geschäftsmodelle der Social Impact Startups zu hinterfragen und diese durch kreative Lösungen zu verbessern. Dabei lautete der Auftrag zunächst einmal, für den eigenen Sitznachbarn ein Portemonnaie für dessen individuelle Bedürfnisse zu entwickeln. Das Motto der Übung? „Shut up and listen!“ – wer jemandem wirklich helfen will, muss nämlich erst einmal zuhören und die Bedürfnisse des Gegenübers verstehen lernen. Das wurde dann auch sofort umgesetzt und schon vor der Mittagspause entstanden bunte Prototypen aus Lego, Knete, Pfeifenreiniger und vielem mehr. Am Nachmittag gewährte Das IT-Unternehmen Sipgate den Studierenden in einem Webinar Einblicke in die Unternehmenskultur und die Umsetzung agiler Methoden im Unternehmensalltag. Stefan Wilhelm, Ouelid Ouyeder und Michael Schwall von Bayer waren für das Bootcamp aus Leverkusen angereist, um den Studierenden die Arbeit bei der Stiftung, Innovationsmanagement und aktuelle Projekte bei Bayer näher zu bringen. Sie stehen den Gruppen und ihren Unternehmern auch für die kommenden zwei Semester mit Rat und Tat zur Seite. Am zweiten Tag des Bootcamps trafen die KU Studierenden dann erstmals auf „ihre“ Projektpartner, die ihre Geschäftsidee in kurzen Präsentationen vorstellten. Bald fanden sich die Studentengruppen zusammen, die dann für die nächsten zwei Semester eng mit den kenianischen Startups zusammenarbeiten und gemeinsam mit ihnen Lösungen für unternehmerische Herausforderungen entwickeln. Im Anschluss an die Arbeit an den gemeinsamen Projekten bot sich auch die Gelegenheit eines Austauschs bei einem kühlen Getränk in den Räumlichkeiten von Achtzig20, wo sich Studierende und Unternehmer gegenseitig kennenlernen und auf die Zusammenarbeit für die nächsten Monate anstoßen konnten. Am dritten und letzten Tag fiel dann der Startschuss für die Arbeit an den Geschäftsmodellen der Unternehmer – nun konnten die Studierenden die im Kurs Social Innovation I lernten Konzepte und Analysetechniken (Design-Thinking, Business Canvas, Agile Methoden, Christensen) auf „ihr“ Unternehmen anwenden und gemeinsam mit ihm Lösungen entwickeln. Das Social Innovation Bootcamp war auch in diesem Jahr für alle Beteiligten ein großer Erfolg. Im Stadion des FC Ingolstadt entstanden in diesen drei Tagen nicht nur neue Ideen und Projekte, sondern auch ein starkes Netzwerk von Studenten und Unternehmern, die alle durch neue Erkenntnisse und Inspiration gestärkt das gemeinsame Ziel verfolgen, die Welt ein bisschen besser zu machen.