

GRÜNBLICK

Für den Durchblick bei nachhaltigen Berufen

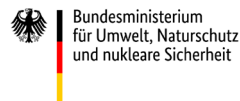
Dokumentation | Starkmacher e.V.

Nachhaltige Medien



Das Projekt „Grünblick“ wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung gefördert. Über grüne Schlüsselkompetenzen zu klima- und ressourcenschonendem Handeln im Beruf – BBNE“ durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit sowie den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.



Inhaltsverzeichnis



Einleitung

Grünblick	4
Der Starkmacher e.V.	5

Projekt Management

Zielgruppe	6
Organisation	6
Veranstaltungsort	6
Pädagogischer Lernort	7
Materialien	7
Teilnehmer*innen Akquise	9
Zeit	9

Inhalt

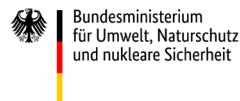
SDG-Workshop	11
Das Grünblick-Heft	12
Wandercoaching	13

Nachhaltige Medien

Printmedien	15
Konstruktiver Journalismus	16
Rundfunk	16
Social Media	17
Musikproduktion	18
Fotografie	19
Film Produktion & Green Consulting	19

Anhang

Feedback der Teilnehmer*innen	21
Feedback der Mitarbeiter*innen und Lernortleitung	22
Nützliche Links und Materialien	24
Grünblick Heft	25
FAQ mit Antworten des Grünblick Teams	36



Einleitung



Immer mehr neue Möglichkeiten für den Berufseinstieg machen es den Arbeitssuchenden nicht unbedingt leicht, die richtige Entscheidung zu treffen. Die typischen Job-Portale kommen mit den neuen Berufsfeldern nicht hinterher, sodass viele aktuelle Jobs gar nicht gelistet sind, oder wichtige Aspekte wie Nachhaltigkeit innerhalb des Jobs nicht beachtet werden.

Ziel des Projekts Grünblick ist es, den Jugendlichen die Berufsorientierung zu erleichtern.

Der Fokus ist hierbei das stärkenorientierte Arbeiten und die Auseinandersetzung mit Themen der Nachhaltigkeit mit Bezug auf verschiedene Berufsfelder. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen setzen sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander und werden dazu motiviert, Nachhaltigkeit in den späteren Berufen zu integrieren.

Grünblick

Grünblick wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung befördern. Über grüne Schlüsselkompetenzen zu klima- und ressourcenschonendem Handeln im Beruf – BBNE“ durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Verbraucherschutz und nukleare Sicherheit sowie den Europäischen Sozialfonds gefördert. Das Projekt hat eine Gesamtlaufzeit von drei Jahren mit jährlich ca. 9-12 Workcamps in den Themenbereichen nachhaltige **Medien**, nachhaltiger **Konsum**, nachhaltige **Wirtschaft & Finanzen**, nachhaltige

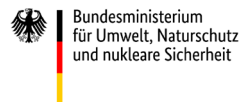
Wasserwirtschaft, nachhaltige **Ernährung**, **erneuerbare Energien**, nachhaltige **Landwirtschaft**, nachhaltige **Stadt & Kommune**, **Grünblick kommt vorbei** und **Grünblick in Action**.

Die Workcamps werden zusammen mit der Lernortleitung und Referent*innen abgestimmt, um inspirierende Einblicke in die verschiedenen Branchen zu bieten.

Die Lernortleitung übernimmt hierbei die Hauptrolle und sorgt für die fachliche Expertise durch ausgewählte Programmpunkte und passende Referent*innen für eine Woche.

Ein Workcamp bezeichnet das Zusammentreffen von Teilnehmer*innen mit der Lernortleitung und Referent*innen entweder online oder vor Ort, die sich dann intensiv mit den Berufsfeldern und Möglichkeiten der Nachhaltigkeit in den Berufen auseinandersetzen.

Der gesammelte Erfahrungsschatz der gesamten Projektlaufzeit soll in Form dieses Handbuchs für Interessent*innen und Multiplikator*innen digital zur Verfügung gestellt werden. Die Lerninhalte des Projekts sind besonders ansprechend für Jugendliche und junge Erwachsene, die vor dem Einstieg in das Berufsleben stehen.



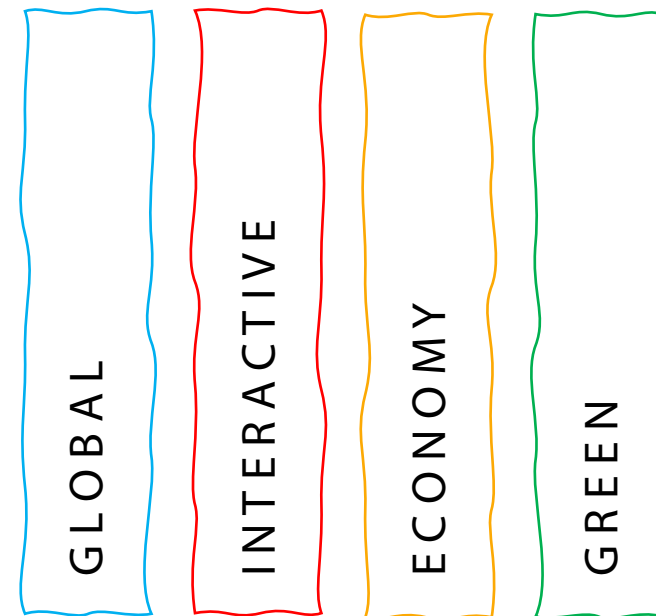
Der Starkmacher e.V.

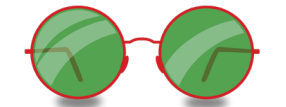
Träger des Projekts ist der Starkmacher e.V. Er bietet Bildungsprogramme für Jugendliche und junge Erwachsene als Hauptzielgruppe an. Der Starkmacher e.V. setzt auf gesellschaftsrelevante Themen und agiert sowohl auf regionaler, also auch internationaler Ebene.

Hierbei wird stets stärkenorientiert gearbeitet, genauer gesagt nach dem Starkmacher-Prinzip: potenzialorientiert, bedürfnisorientiert, unterstützend, wertschätzend und motivierend.

Dies gilt sowohl extern bei der Umsetzung von Projekten mit der Zielgruppe, als auch intern unter den Mitarbeiter*innen des Vereins. Die Starkmacher*innen sind der Überzeugung, dass jeder Mensch Potenziale hat, unabhängig von Herkunft und Bildung, welche entdeckt, gefördert und aktiviert werden müssen.

Die Themen des Vereins orientieren sich an den vier Programmsäulen des Starkmacher e.V.: Starkmacher Interaktiv, Starkmacher Green, Starkmacher Ökonomie und Starkmacher Global. Die Säule Starkmacher Green beinhaltet Nachhaltigkeitsthemen für Projekte wie z.B. Grünblick. Themenbereiche wie nachhaltige Entwicklung, Ökologie und Nachhaltigkeit auf wirtschaftlicher und sozialer Ebene werden hierbei behandelt.





Die Projektwoche zum Thema nachhaltige Medien kann digital oder analog umgesetzt werden. Dementsprechend unterscheiden sich die Organisation und die Lernerfahrungen der Teilnehmer*innen. In dem folgenden Kapitel werden die organisatorischen Voraussetzungen und Unterschiede zwischen digitaler und analoger Umsetzung erörtert. Im Rahmen des Projekts Grünblick wurde das Workcamp jedoch nur in digitaler Form durchgeführt.

Zielgruppe

Die Zielgruppe für das Workcamp sind Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren, die sich auf der Suche nach beruflicher Orientierung befinden. Es sind keine Vorkenntnisse notwendig und jede*r soll die Möglichkeit bekommen mitzumachen. Körperliche Einschränkungen oder Sprachbarrieren sollten keine Gründe sein, um Personen nicht teilhaben zu lassen.

Im Gegenteil hat Grünblick die Erfahrung gemacht, dass die bewusst vorgelebte Inklusion von Teilnehmer*innen sehr wertgeschätzt wird.

Für die Umsetzung werden ca. 15-20 Teilnehmer*innen empfohlen, um die individuelle Betreuung stets ermöglichen zu können.

Organisation

Im Wesentlichen unterscheiden sich die Organisation und das Projektteam bei digitaler oder analoger Umsetzung nur darin, dass bei digitaler Umsetzung die Lernortleitung oder Teamenden fortgeschrittene Skills für digitale Mediennutzung

brauchen. Der Umgang mit einer Kamera und den digitalen Tools sollte für einen reibungslosen Ablauf geübt sein. Folgendes Team wird für die Umsetzung des Workcamps empfohlen:

ANZAHL	FUNKTION	AUFGABEN
1	Lernortleitung	Fachpersonal
1-2	Teamende	Pädagogische Betreuung
1-2	Support	Organisatorisches, Fotos, Videos, Vor- und Nachbereitung
7-8	Referent*innen	Fachliche Expertise, Erfahrungen aus der Industrie
15-20	Teilnehmer*innen	

Veranstaltungsort

Der Veranstaltungsort ist ein sehr wichtiger Bestandteil der Gesamterfahrung und sollte dementsprechend sorgfältig ausgewählt werden. Ein Workcamp, bei dem es beispielsweise um Wasserwirtschaft geht, sollte selbstverständlich auch Gewässer in der Nähe haben. Wenn hierbei auch ein Boot gebaut werden soll, braucht es ebenfalls eine Bootsbau-Werkstatt, sowie auch allgemeine Notwendigkeiten wie eine Übernachtungsmöglichkeit, Seminar-Räume, sanitäre Einrichtungen und die Möglichkeit der Verpflegung.

Pädagogischer Lernort

Um aus dem Veranstaltungsort auch einen pädagogischen Lernort zu machen, bei dem sich Teilnehmer*innen wohl fühlen und Referent*innen und die Lernortleitung mit Begeisterung von ihren Arbeitswelten berichten, gehört noch einiges dazu. Ein guter Lernort beeinflusst die Atmosphäre positiv, er sollte Raum bieten für die Teilnehmer*innen, sich zu entfalten, sich auszuprobieren, aber auch sich zurückziehen zu können. Im Rahmen von Grünblick waren die ausgewählten Veranstaltungsorte meist in ländlichen Gegenden, bewusst fern vom hektischen Stadt-Leben, um die Natur zu erleben und Reflektion und Auseinandersetzung mit den Themen und sich selbst zu fördern.

Weitere Elemente des Lernorts sind verschiedene Räume wie eine Ecke zur Entspannung und zum Rückzug, eine Möglichkeit sich kreativ auszuleben, die Tage zu gestalten und Platz für Gruppenaktivitäten (Gruppentische, kommunikative Sitzcken etc.) zu schaffen. Weitere feste Elemente der Projektwoche sind Stellwände, um Gedanken und Ideen zu verschriftlichen, Materialkisten, Sportkisten und Gesellschaftsspiele. Diese Elemente gehören zum Lernkonzept dazu, da soziales und emotionales Lernen einen festen Bestandteil des Gesamtkonzepts darstellen.

Durch die bewusste Aufbereitung der Lernorte möchten die Mitarbeiter*innen das Wohlbefinden der Teilnehmer*innen steigern und bestmöglich gewährleisten.

Bei digitalen Workcamps sind die Möglichkeiten der Gestaltung eines Lernorts begrenzt, jedoch trotzdem vorhanden. Videoanrufe bieten die Möglichkeit von Breakout-Rooms, also Unterräume, in denen sich Kleingruppen austauschen können. Für die digitale Zusammenarbeit gibt es auch sehr viele externe Tools, die dabei helfen können, eine interaktive und lustige Atmosphäre zu schaffen. Padlet, Miro, Actionbound, Mural und Mentimeter sind die Tools die im Rahmen von Grünblick am häufigsten genutzt wurden. Es gibt jedoch unzählige andere Tools, die die Interaktion im digitalen Raum stark fördern können ([Seite 24](#)).

Materialien

Bei der Umsetzung vor Ort müssen die Teilnehmer*innen keine eigenen Materialien mitbringen. Die Lernortleitung sorgt für die nötigen Materialien wie Stellwände, Materialkisten etc., um den Lernort zu gestalten mit. Weitere allgemeine Materialien sind das Grünblick-Heft ([Seite 12](#)) und gegebenenfalls Feedback-Fragebögen zur Evaluation des Workcamps. Zusätzlich werden für jedes Workcamp auch themenspezifische Materialien benötigt, um die später aufgelisteten Programmpunkte durchführen zu können. In der folgenden Tabelle sind alle vorgesehenen Materialien aufgelistet. Die Stückzahl der jeweiligen Materialien hängt davon ab, wie viele Programmpunkte dafür geplant sind und wie viele Teilnehmer*innen beim Workcamp mitmachen.

Für die digitale Umsetzung sollen die Teilnehmer*innen dafür sorgen, eine stabile Internetverbindung und eine funktionierende Kamera zu haben. Die Lernortleitung muss ebenfalls für eine stabile Internetverbindung sorgen, welche das Streaming und die Eröffnung des digitalen Raums ohne Unterbrechung gewährleisten kann. Grünblick hat für das Workcamp einen professionellen Streaming-Raum gemietet, der das nötige Equipment und einen schönen Hintergrund für das Streaming bietet. Dies sorgt zusätzlich für eine gute Atmosphäre im Chatraum, da Referent*innen und Teamende den Eindruck eines eingespielten Teams vermitteln. Zusätzlich ist es möglich und sehr zu empfehlen, ein bis zwei Wochen vor Beginn des Workcamps ein Paket zusammen zu stellen und an die Teilnehmer*innen zu verschicken. In solch einem Paket kann das Grünblick-Heft, Flyer, die Fragebögen und eine Karte mit persönlicher Ansprache („Hallo! Schön, dass du dabei bist!“) beigefügt werden, um zusätzlich das Engagement und die Vorfreude zu steigern.



MATERIALIEN BEI DIGITALER DURCHFÜHRUNG

Pakete je Teilnehmer*in	Streaming Materialien	Account für digitale Tools
Grünblick Heft	Lautsprecher	Padlet
Teilnahmebogen	Laptop	Mentimeter
Feedbackbogen	Kamera	Actionbound
Arbeitsmaterialien	Mikrofone	Miro
.	Zoom – Account (o.ä.)	Mural

Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

Teilnehmer*innen Akquise

Um die Zielgruppe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erreichen, wird zur Teilnehmer*innen Akquise eine Mischung aus Social Media und lokalen Netzwerken empfohlen. Die Zielgruppe erreicht man am besten über Instagram und gegebenenfalls Facebook. Jedoch muss man beachten, dass viele Aufrufe auf Social Media nicht unbedingt für viele tatsächliche Teilnehmer*innen sorgen. Deshalb ist ebenfalls empfohlen, Schulen, Jugendhäuser und weitere Anlaufstellen für die Zielgruppe zu kontaktieren.

Über den persönlichen Kontakt sind die Erfolgsquoten wesentlich höher.

Zudem lassen sich über Internetrecherche bundes- und landesweite Netzwerke finden, über die man für das Projekt werben kann. Ein weiterer Tipp ist das Projekt über Newsletter von Partnern und Netzwerken zu versenden, um so auf das Projekt aufmerksam zu machen.

Zum Zeitpunkt der Teilnehmer*innen Akquise sollten die Rahmenbedingungen und ein Programm für das Workcamp für Interessenten bereits zugänglich sein. Eine Webseite oder ein Flyer mit allen wichtigen Informationen sind hierfür empfohlen. Sobald sich jemand für das Workcamp anmeldet, sollte diese Person eine Bestätigung bekommen und über den weiteren Ablauf (Zoom-Link, Dokumente & Unterschriften etc.) informiert werden. Den Link zur Webseite von Grünblick finden sie [hier](#).

Am Ende des Workcamps ist ein Feedback sowohl für die Teilnehmer*innen als auch für die Projektleitung sehr wichtig.

Mit Hilfe des Feedbacks kann die Qualität der zukünftigen Workcamps gesteigert werden.

Es ist der Projektleitung überlassen, in welcher Form das Feedback eingeholt wird. Jedoch wird empfohlen, eine Feedback-Einheit während des Workcamps zu halten und ggf. zusätzlich einen Fragebogen nach dem Workcamp zu verschicken.

Es sollte darauf geachtet werden, dass auf Bildern eine möglichst diverse Gruppe an Jugendlichen zu sehen ist, damit sich alle Jugendliche angesprochen fühlen. und die Werbung für Workcamps klischeefrei und damit diversitätsfördernd formuliert ist.

Zeit

Das Programm ist zeitlich für vier Tage á 8 Stunden angesetzt. Der SDG-Workshop nimmt hierbei den ersten Tag in Anspruch und das Wandercoaching besetzt den vierten Tag. Somit sind der zweite und dritte Tag für themenbezogene Beiträge gedacht. Die vorgeschlagenen Themenblöcke sind im nächsten Kapitel näher ausgeführt.

Überblick über den zeitlichen Ablauf

UHRZEIT	1. TAG	2. TAG	3. TAG	4. TAG
9.00 – 9.30	Begrüßung	Begrüßung	Begrüßung	Begrüßung
9.30 – 10.30	Organisatorisches + Erwartungsbaum	Umweltzeichen / Zertifikate	Nachhaltige Musikproduktion	Wandercoaching
10.30 – 11.00	Pause	Pause	Pause	
11.00 – 12.00	Einleitung nachhaltige Medien	Nachhaltige Printmedien	Nachhaltige Fotografie	
12.00 – 14.00	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause
14.00 – 15.00	SDG- Workshop	Nachhaltigkeit im Rundfunk	Nachhaltiges Kino	Wandercoaching
15.00 – 16.00		Social Media	Green Film Production	
16.00 – 16.15			Green Consulting	
16.15 – 17.15	Abschluss 1. Tag			Abschluss Wandercoaching
17.15 – 17.35		Abschluss 2. Tag	Abschluss 3. Tag	Abschluss Workcamp

Die praktische Durchführung in den Workcamps wird durch die persönliche Note der Lernortleitung und die Themenschwerpunkte individuell gestaltet. Alle Workcamps verbinden zum Erreichen gemeinsamer Ziele in der Berufsorientierung charakteristische Kernelemente, die jedes Mal zum Programm gehören. Diese verbindenden Elemente sind:

- Workshop über die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs)
- Grünblick-Heft als Arbeitsmaterial und als Mittel zur Selbstreflexion
- Wandercoaching, mit einem professionellen Coaching im Hinblick auf die individuelle Berufsorientierung

SDG-Workshop

Ziel des Workshops ist das Heranführen und die Auseinandersetzung mit dem politischen und gesellschaftsrelevanten Thema der Nachhaltigkeit. Hierbei soll ein konkreter Bezug zu den 17 durch die Vereinten Nationen definierten Nachhaltigkeitsziele geschaffen werden. Zudem soll der Workshop die Gruppe an ihrem ersten Projekttag zusammenführen und dabei helfen, eine Gruppendynamik aufzubauen. Das Lernen während des Workshops soll praxisbezogen, frei und interaktiv passieren.

Die Zielgruppe soll mit „Kopf, Herz und Hand“ lernen.

Der SDG-Workshop ist so konzipiert, dass er für alle Personen der Altersgruppe zugänglich ist. Durch den einfachen Aufbau der Stationen soll er in seiner strukturellen Anordnung einen leichten Zugang schaffen. An jeder Station befindet

sich ein Arbeitsauftrag in Form einer Aufgabe oder Frage, der verschieden interpretierbar ist. Beispiele hierfür sind:

- **SDG 4 – Hochwertige Bildung: Wie stehst du zum deutschen Bildungssystem? Was würdest du ändern?**
- **SDG 7 – Bezahlbare und saubere Energie: Wärest du bereit Kompromisse einzugehen dafür, dass weniger CO2 in unsere Atmosphäre ausgestoßen wird?**

Eine vollständige Liste mit Beispielfragen finden Sie auf [Seite 24](#).

Jede*r Teilnehmer*in entscheidet für sich, wie intensiv sie/er die Aufgabe bearbeiten möchte. Dadurch haben die Teilnehmer*innen die Möglichkeit selbst zu entscheiden, wieviel Raum sie dem jeweiligen Thema geben möchten.

Wir haben gemerkt, dass globale Probleme, für deren Lösung die Nachhaltigkeitsziele entstanden sind, schnell zu Überforderung führen können.

Innerhalb der Projektwoche werden alle 17 Ziele angesprochen, daher ist eine eigenverantwortliche Entscheidung zur Gewichtung der Inhalte wichtig. Für den Workshop sind ca. vier Zeitstunden am ersten Tag der Projektwoche vorgesehen. Der Workshop startet am Morgen mit einem Stationen-Lernen und wird nach dem Mittagessen gemeinsam fortgeführt. Auf diese Weise erarbeiten die Teilnehmer*innen Elemente der Nachhaltigkeitsziele selbstverantwortlich und konfrontieren sich dann mit Partner*innen bzw. mit der Gesamtgruppe. Zwischendurch muss Zeit für kurze Pausen eingeplant sein, weil die Inhalte zu den Nachhaltigkeitszielen umfangreich und anspruchsvoll sind.

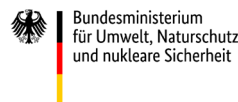


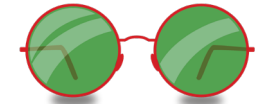
Ein Kernelement des SDG Workshops ist es, die Vielfalt der Nachhaltigkeit aufzuzeigen, da sich Nachhaltigkeit sowohl aus der ökologischen Perspektive als auch der sozialen und ökonomischen Perspektive betrachten lässt. Die Teilnehmer*innen haben die Möglichkeit, sich persönlich mit den SDGs ihrer Wahl auseinander zu setzen und dies auf den persönlichen Kontext zu beziehen. Gedankenanstöße in Form von Fragen sollen den Teilnehmer*innen dabei helfen, das Wissen zu reflektieren und auf das eigene Leben und den beruflichen Werdegang zu beziehen. Beispiele hierfür sind: „Wie kannst du das SDG deiner Wahl in deinem späteren Traumjob thematisieren?“

Das Grünblick-Heft

Das zweite wiederkehrende Element ist das Grünblick-Heft, welches mit dem pädagogischen Hintergrund entwickelt wurde, den Teilnehmer*innen während des Workcamps etwas mitzugeben, was sie in der Woche begleitet und um auch im Nachhinein weiterführende Anstöße für die Zeit nach dem Workcamp zu geben. Innerhalb des Hefts befinden sich Seiten mit Erklärungen zum Projekt und zum Starkmacher e.V. als projektausführendem Verein. Ergänzende Informationen können über QR-Codes abgerufen werden. Zudem gibt es Seiten, auf denen die Teilnehmer*innen Fragen zu verschiedenen Bereichen der Lerninhalte finden. Diese Fragen können der Reflexion und Bewusstmachung dienen. Inhaltlich geht es um die eigene Berufswahl, Tagesreflexionen, Reflexionen zum SDG-Workshop und zum Wandercoaching. Außerdem befinden sich im Heft freie Seiten zur individuellen

Nutzung. Sie können das Heft als eine Art Tagebuch nutzen und bei den thematischen Anstößen ihre Persönlichkeit einbringen. Passend zu den Nachhaltigkeitszielen gibt es zwei Seiten mit Literatur und Filmmaterial, um weitere Anstöße auch außerhalb der Woche geben zu können. Das Heft schließt mit einem persönlichen Gruß an die Teilnehmer*innen ab.





Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

Wandercoaching

Ein weiteres Kernelement ist das Wandercoaching am Ende jeder Projektwoche. Das Ziel ist die Auseinandersetzung mit den eigenen Potenzialen und Wünschen, unabhängig von Meinungen des Umfelds oder Einflüssen im Alltag. Es findet daher in der Natur auf neutralem Boden statt. Der Peer-to-Peer Ansatz findet auch hier seinen Platz, indem die Teilnehmer*innen in einem festgelegten Ablauf von Einzel-, Partner und Gruppenreflexionen sich gegenseitig coachen und unterstützen. Darüber hinaus wird die Gruppe auch professionell angeleitet. Entsprechende Einheiten werden von den Wandercoaches, wenn nötig oder gewünscht, eingeschoben und begleitet. Das gegenseitige Coachen zielt darauf ab, durch entsprechende Fragen einen Austausch zu ermöglichen, der die Einzelnen zu Neuem inspiriert. Er soll sie erkennen lassen, dass sie mit Fragen, Wünschen oder Herausforderungen nicht allein sind und dass es Menschen gibt, die genau dieselbe Phase durchlaufen.

Zudem soll den Teilnehmer*innen durch das Wandercoaching der Druck der Entscheidung für einen spezifischen Beruf genommen und die Herausforderung als etwas Positives vermittelt werden. Sie sollen viel mehr erkennen, welche Chancen die Herausforderungen, die sie für sich sehen, mit sich bringen können. Das Wandercoaching dauert einen ganzen Tag und endet mit einem gemeinsamen Abschluss, in dem festgehalten wird, welcher persönliche Entwicklungsschritt nun ansteht. Dadurch soll mit den Teilnehmer*innen der Bezug zu ihrem konkreten Alltag wiederhergestellt werden. Dieser Abschluss ist von großer Relevanz für den Gesamtabschluss der Woche und kann die Antwort auf die Frage enthalten, was zukünftig mit den erlernten Inhalten der Woche passiert.

Nachhaltige Medien



Vom 02.-05. November 2021 nahmen 27 Teilnehmer*innen zwischen 16-25 Jahren am **ersten digitalen Workcamp** zum Berufsfeld „Nachhaltige Medien“ teil. Live aus dem S-Hub Mannheim beschäftigten sich die Teilnehmer*innen mit unterschiedlichen Bereichen der Medienproduktion. Die zentrale Frage der Woche war wie bei allen Grünblick Workcamps, wie nachhaltig Berufe im Berufsfeld Medien sind und inwiefern sie sich aufgrund der aktuellen globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel verändern müssen, um einen Beitrag zu einer nachhaltigen und grünen Umwelt leisten zu können.

Das **zweite Workcamp** zum Thema nachhaltige Medien wurde ebenfalls digital vom 1.3. bis zum 4.3. 2022 für 36 Jugendliche zwischen 16-25 Jahren organisiert. Live aus dem S-Hub Mannheim beschäftigten sich die Teilnehmer*innen mit unterschiedlichen Bereichen der Medienproduktion, von Print-Medien über Social Media bis Filmproduktion. Um der Antwort näher zu kommen, wie Nachhaltigkeit in Medienproduktionen einen Platz findet, haben sich die Teilnehmer*innen an den vier Tagen mit insgesamt 11 Expert*innen ausgetauscht, die Einblicke in ihre Berufe und die Bereiche der nachhaltigen Arbeit in der Medienbranche gaben.

In den folgenden Abschnitten werden die einzelnen Themenbereiche näher beleuchtet und anhand der Erfahrungen von Grünblick mit Beispielen beschrieben.

Printmedien

Konstruktiver Journalismus – Lösungen, Recherchen, Perspektiven

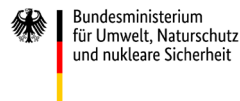
Rundfunk

Social Media

Musikproduktion

Fotografie

Film Produktion & Green Consulting



Printmedien

Zu Beginn des Workcamps hat Grünblick einen Experten aus der Printmedienbranche eingeladen, der die Thematik der relevanten Umweltzeichen und Zertifikate behandelt hat. Das weltweit erste Umweltzeichen, welches 1979 vom Bundesinnenminister Werner Maihofer (FDP) eingeführt wurde, verfolgt das Ziel, zu einer gesunden Umwelt beizutragen, in der die Menschen so weit wie möglich vor schädlichen Umwelteinwirkungen, wie Schadstoffen in Luft oder Wasser, geschützt leben können. Auch wenn die meisten den *Blauen Engel* vor allem mit dem Zertifizieren von nachhaltigen Druckerzeugnissen assoziieren, so zertifiziert der Blaue Engel ähnlich wie andere Siegel und Zeichen, beispielsweise Fairtrade, FSC, EU Ecolabel oder Bio, auch Textilien, Elektrogeräte, Bauprodukte und Wasch- und Reinigungsmittel. So deckt er im Gegensatz zu anderen Siegeln und Zeichen, die meist nur ein Produktsegment zertifizieren, eine große Bandbreite an Produkten ab.

Interessanterweise ergaben Studien, dass die meisten Siegel und Zeichen nur bei rund 35% der Verbraucher*innen einen Einfluss auf die Kaufentscheidung haben.

Nach dem Einstieg in Printmedien wurde ein zweiter Vortrag vom „Greifswälder Katapult-Verlag“ gehalten. Der Verlag stellt sich besonders gegen den Digitalisierungstrend. Mit insgesamt 47 Ausgaben und fast 83.000 Abonnent*innen zählt das Magazin zu den am schnellsten wachsenden Magazinen der letzten Jahre. Während dem Vortrag wurden Themen wie die nachhaltige Produktion eines Magazins und nachhaltiger Journalismus behandelt.

Webseite Blauer Engel: <https://www.blauer-engel.de/de>



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

Konstruktiver Journalismus – Lösungen, Recherchen, Perspektiven

Was haben Nachrichten mit Nachhaltigkeit zu tun? Viel, denn alle Teilnehmer*innen waren sich einig:

Sich den negativen Nachrichten auszusetzen, die jeden Tag auf uns einprasseln, lässt ein Gefühl von Hilflosigkeit zurück.

Und auch die Frage: Was bringt es eigentlich noch, sich zu engagieren, wenn so viel Schlechtes passiert? Konstruktiver Journalismus möchte dieses Muster aufbrechen und die Rezipient*innen durch Wissen und vielseitige Perspektiven handlungsfähig machen. Es geht darum, nicht nur die Probleme und Herausforderungen in den Nachrichten und Medien abzubilden, sondern auch zu fragen: Was jetzt? Gibt es schon Menschen, die an Lösungen für diese Probleme arbeiten? Denn oft lautet die Antwort: Ja!

Teil des Vortrags über Konstruktiven Journalismus war auch eine Social Media Challenge, bei der die Teilnehmer*innen auf die Suche nach einer Nachricht gehen sollten, die über etwas berichtet, das positiv ist und Hoffnung macht. So kamen über 20 Beiträge zusammen, die zeigten: Es passiert auch sehr viel Gutes und es ist keinesfalls umsonst, sich auch selbst im Bereich Nachhaltigkeit zu engagieren.

Dann folgte ein kurzer Input zu der Frage, wie man eigentlich Journalist*in wird. Natürlich kann auch ein Journalismus Studium oder eine Ausbildung im Bereich Bild

und Ton oder im Bereich Medien dazu beitragen, es gibt jedoch auch noch andere Wege. Man kann auch mit einem anderen Studium oder einer anderen Ausbildung wie zum Beispiel nachhaltige Entwicklung Journalist*in werden. Denn Arbeitgeber suchen oft nach Expert*innen, die wie in dem Fall professionell über Nachhaltigkeit schreiben und berichten können. Gleichzeitig ist auch die Berufserfahrung wichtig, man sollte also Möglichkeiten nutzen, sich durch Praktika und freie Mitarbeit auszuprobieren, um so die Branche und seine eigenen Stärken kennenzulernen.

Rundfunk

Der Rundfunk ist eine weitere Branche der Medienlandschaft, in der Nachhaltigkeit immer mehr integriert wird. Der *Bayerische Rundfunk* konzentrierte sich beispielsweise auf die Bereiche Nachhaltigkeit im Programm und unter den Mitarbeitenden. In Sachen Nachhaltigkeit im Programm fokussiert sich der BR aktuell auf Berichte über Nachhaltigkeitsthemen und schult die Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit und ermutigt diese, bestehendes und neu erlerntes Fachwissen einzubringen und somit Expertise aufzubauen. Darüber hinaus versucht der BR konkrete Maßnahmen zu ergreifen: so setzen die Intendant*innen den Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und versuchen Mitarbeitende verstärkt einzubinden. Auch ist der BR-Teil des ARD-Nachhaltigkeitsboards, etabliert ein Nachhaltigkeitsmanagement und setzt auf Mülltrennung und CO²-freie Produktion. Wie in vielen großen Unternehmen mit komplexen Strukturen scheinen jedoch die Bemühungen des BR für mehr Nachhaltigkeit nur schleppend voranzugehen.

Webseite Bayerische Rundfunk: <https://www.br.de/index.html>



Social Media

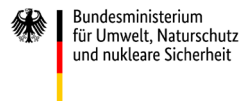
Für den Themenbereich Social Media schaltete sich Live aus Mallorca Lorena Palombo ein, eine Influencerin, die mit ihrem *vegane Van* durch Europa fährt. Sie finanziert sich neben ihrer Tätigkeit als Influencerin, mit der sie Geld mit Produktplatzierungen verdient, mit ihrem eigenen veganen Kochbuch und digitalen Live-Kochabenteuern, welche gebucht werden können.

Instagram und weitere soziale Plattformen sieht sie als Werkzeug, um Nachhaltigkeitsthemen zu verbreiten und somit einen Beitrag zu einer nachhaltigen und grünen Welt zu leisten. So steht sie der Influencer Szene und sozialen Medien aber auch kritisch gegenüber, da dort Nachhaltigkeit oft als Wert zugeschrieben wird. So stehen auch Werbepartnerpartnerschaften stark in der Kritik, da Influencer*innen dadurch ihren Follower*innen in der Tat zum Teil nachhaltige Produkte empfehlen, aber letztendlich immer noch zum Konsumieren animieren wollen. Abschließend wurden die Teilnehmer*innen mit der Frage konfrontiert, welche Leidenschaft ihnen in den Sinn kommt und für was sie wirklich brennen.



Webseite Der Vegane Van: <https://journey-to-mother-nature.com/>

Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.



Musikproduktion

Für das Thema nachhaltige Musikproduktion schaltete sich live aus Köln der feministische Rapper „Conny“ ein, der vor Kurzem sein nachhaltig produziertes Album „Manic Pixi Dreabmoy“ veröffentlichte. In seinem spannenden Vortrag beleuchtete er die Aspekte Kunst & soziale Verantwortung sowie Nachhaltigkeits-Strategien für ein Album-Release. Als Beispiel, wieso Künstler*innen soziale Verantwortung haben und übernehmen müssen, verglich er die Anzahl an Instagram Follower*innen der Tagesschau mit denen von Lena Meyer-Landrut.

Dabei fällt auf, dass etliche Influencer*innen deutlich mehr Reichweite haben als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und somit viel Macht.

Daher sollen laut Conny die Zuhörer*innen daraus den Anspruch ableiten, getreu dem Motto „Hold your favourite artists accountable“, ihre Künstler*innen auf diese soziale Verantwortung hinzuweisen und einfordern.

Als Einführung in das Thema nachhaltiges Album-Release nannte Conny zunächst grundlegende Aspekte, die beim Produzieren eines Albums wichtig sind:

Musik / Musikvideo / Social Media / Merchandising / Konzerte / das Team

Für jeden Aspekt gibt es verschiedene Maßnahmen, um nachhaltiger zu agieren. Als erste konkrete Maßnahme, die ergriffen werden kann, um die Musik nachhaltiger zu produzieren, nannte Conny die Arbeit im Studio. Dabei geht es um Fragen, ob die

Anreise zum Studio mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Fahrgemeinschaften möglich ist und ob das Studio beispielsweise mit Ökostrom betrieben wird. Auch könne die Frage gestellt werden, ob das Album nur auf Streaming Plattformen wie Spotify und Co. erhältlich ist, oder ob es nachhaltig produzierte physische Tonträger als Alternative zum Öko-Albtraum Vinyl gibt. Auch bei der Auflage gibt es Möglichkeiten, vorab die Nachfrage zu erfragen, um eine Überproduktion zu vermeiden.

Bezüglich der Musikvideos gibt es laut Conny verschiedene nachhaltige Alternativen, beispielsweise 2nd-hand Kleidung und Requisiten über Flohmärkte oder eBay Kleinanzeigen zu kaufen, vegetarischen/veganes Catering zu nutzen oder einen Co²-Ausgleich zu zahlen.

Ein nachhaltiges Musikvideo ist laut Conny nicht zwangsläufig teurer, sicher jedoch aufwendiger als herkömmliche Musikvideos.

Ein weiterer Aspekt ist die Gestaltung und Organisation der Konzerte, bei denen die Locations so gewählt werden, dass die Künstler*innen, das Team und die Fans öffentlich anreisen können. Auch bei Konzerten kann vegetarischen/veganes Catering bestellt werden. Doch nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit spielt eine große Rolle, sondern auch die soziale Nachhaltigkeit. Das spiegelt sich in der Diversität und dem Geschlechterverhältnis des Teams wider: wer hat Führungspositionen und wer wird wie bezahlt. Auch dieser Aspekt kann in einem Album-Release beachtet werden und trägt zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Webseite Conny: <https://www.instagram.com/connycallshotgun/?hl=de>

Fotografie

Im darauffolgenden Vortrag war Simon Veith zu Gast, ein Fotograf aus Köln, der sein Konzept für nachhaltige Fotografie vorstellte. Dabei sind ihm vor allem drei Aspekte wichtig:

- **Grüne Kund*innen, die einen positiven Impact auf die Gesellschaft haben**
- **Nachhaltige Arbeitsweise (klimapositiv werden)**
- **Nachhaltige Bildsprache in Form von nachhaltiger Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern**

Seit 2016 macht er sich auf den Weg, seinen Job nachhaltig zu gestalten und hat folgendes Konzept herausgearbeitet, mit dem er einen Beitrag zu einer grünen und nachhaltigen Welt schafft. Sein Konzept beinhaltet Bäume zu pflanzen, den Transport von Equipment mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu organisieren, ein grünes Büro mit Ökostrom zu betreiben, grüne IT und Web-Anbieter zu nutzen, nachhaltig mit seinem Equipment umzugehen und auf faires Banking zurückzugreifen. Klimaschädliche, unvermeidbare Aktionen werden kompensiert.

Webseite Simon Veith: <https://simon-veith.com/>

Webseite Green Film Shooting: <https://simon-veith.com/>

Film Produktion & Green Consulting

Der letzte große Input-Block drehte sich um das Thema nachhaltige Film- und TV-Produktion. Hierfür stellte Frau Heidsiek die Initiative „Green Film Shooting“ vor. Danach gab Tobias Wolf, green consultant bei der Bavaria Fiction, Einblicke in seinen erst vor kurzem offiziell gewordenen Beruf des „green consultant“. Die großen Baustellen der Film- und TV-Produktionen sind der immense Strombedarf und der Transport von Crew und Equipment.

Zu Zeiten als Arnold Schwarzenegger Gouverneur von Kalifornien war, ließ er durch eine Studie ermitteln, wie viel die Film- und TV-Produktionen zum gesamten CO²-Verbrauch beitragen. Heraus kam, dass nur die Ölbranche mehr CO² produzierte.

Als Antwort auf den hohen CO²-Verbrauch gibt es seit kurzem sogenannte „green consultants“, eine feste Stelle, die Produktionen nachhaltiger gestalten soll. Nach und nach soll so der massive ökologische Fußabdruck durch eine Umstellung auf eine ressourcenschonende, innovative Produktionsweise um ein Vielfaches verringert werden. Dabei sollen alle Bereiche des Herstellungsprozesses von der Produktionsvorbereitung bis zur Postproduktion und Distribution beachtet werden.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

Inhaltsverzeichnis

Feedback der Teilnehmer*innen	21
Feedback der Mitarbeiter*innen und Lernortleitung	22
Nützliche Links & Materialien	24
Grünblick Heft	25
FAQ mit Antworten des Grünblick-Teams	36

Welcher Input hat dich am meisten inspiriert

- „Die Fortschritte der Nachhaltigkeit, vor allem in jüngster Zeit, aus verschiedenen Berufsgruppen“
- „Das Wandercoaching“
- „Für mich persönlich konnte ich die wichtigsten Dinge aus den Beiträgen von Conny und Simon Veith mitnehmen. Simon, weil ich mich stark mit ihm identifizieren konnte, und Conny hat mich sehr beeindruckt mit dem wofür er sich einsetzt und was für große Schritte er bereits gemeistert hat.“
- „Der Vortrag zum Thema Green Consulting“
- „CONNY, Simon Veith und Tobias Wolf; weil alle einen kleinen individuellen, aber wichtigen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit leisten und mit ihrer Arbeit sooo viele Menschen erreichen können.“

Was können wir beim nächsten Workcamp noch besser machen?

- „Ich fand es an sich sehr gut geplant, nur habe ich für mich persönlich gemerkt, dass zwischen manchen Vorträgen 10 min länger Pause vielleicht nicht schlecht für eine bessere Konzentrationsfähigkeit gewesen wäre.“
- „Eventuell mehr praktische Bezüge einbauen, auch wenn sich das online etwas schwierig gestaltet...“

Feedback der Mitarbeiter*innen und Lernortleitung



Wie findet man eine gute Lernortleitung?

- Präzise Leistungsbeschreibung (Ausschreibung) formulieren
- Darauf achten, dass sie gut vernetzt ist
- Gewisse Expertise zum Thema Nachhaltigkeit sollte vorhanden sein

Wie findet man gute Referent*innen?

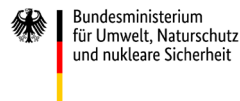
- Möglichst jung und nah an der Zielgruppe
- Persönlichen Kontakt aufbauen, um ein Gefühl zu der Person zu bekommen
- Detailliertes Briefing für alle, um Erwartungen und Verantwortungen zu klären

Organisatorisches:

- Flexibilität bei Orten/Themen ist sehr wichtig
- Gute Atmosphäre/Match zwischen Team, Ort, und Thema beachten
- Zentrale Orte + kurze Laufwege
- Ort soll thematisch passen, das ist sehr wichtig für die Dynamik des Workcamps

Aufbau und Inhalte der Workcamps:

- Für ausreichend Abwechslung sorgen
- Open Space/ große Pausen/ Freiräume schaffen: „Für die Gestaltung der Gesellschaft braucht es Freiräume“
- Diskussionen und Fragen viel Raum geben
- Akteur*innen der Regionen miteinbinden
- Menschen einbeziehen, die in ihrem Element sind
- Fachliche Berufsorientierung/ Begleitung miteinbeziehen
- Komplexität der Workcamp Erfahrung beachten
- Zusammenhänge zur realen Berufswelt herstellen
- Miteinander und Atmosphäre schaffen
- Individuelle und gesellschaftliche Krisen thematisieren
- Roten Faden herstellen
- Individuelle Herzensanliegen der Referent*innen miteinfließen lassen
- Das Verbindende zwischen den Teilnehmer*innen: Suche nach dem eigenen Platz



Feedback der Mitarbeiter*innen und Lernortleitung

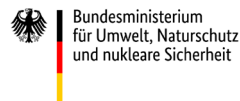


Art und Weise der Vermittlung von Nachhaltigkeit:

- Berufsorientierung durch Kreativität und Motivation
- Kritisches Hinterfragen und Provokationen fördern
- Erlebnisse im Kontakt mit anderen
- Regionale Produkte vorstellen, verwenden = Inspiration
- Den Teilnehmer*innen andere Lebensrealitäten aufzeigen
- Teilnehmer*innen ins Tun bringen
- Wandelstrategien + Lösungsorientiert arbeiten
- Nachhaltigkeit authentisch leben z.B. Verpflegung, Anreise
- Teamende, Lernortleitung und Referent*innen von eigenem Werdegang berichten lassen „Erzähl einfach, was du machst“

Teamabsprachen / Updates:

- Förderrichtlinienupdates
- Grünblickbeschreibung für Referent*innen (Thema, Art und Weise des Vortrags, Ziel des Vortrags, Zielgruppe etc.)
- Rahmenbedingungen: Bezahlungen, Umfragen, Gruppengrößen + Übersicht erstellen
- Briefing für Lernortleitung – Wie, was, warum etc. klar formulieren
- Briefing für Referent*innen
- Organisatorisches Fact Sheet
- Klare Ansprechpartner
- Info zu Finanzen – Möglichkeiten und Grenzen aufzeigen



Nützliche Links und Materialien



Grünblick Webseite www.grünblick.starkmacher.eu
Organisatorisches <https://padlet.com/Starkmacher/k2g5zai9ro3rdstk>
Feedback Fragebogen <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSegPKC3C-2J4BxVzzBlyBullzfXXTC3jJelnytlQpHxH-ur-g/viewform>
Erwartungsbaum (Einführung Tag 1) <https://padlet.com/Starkmacher/km96jisyshhijv>
Gruppenarbeit: Nachhaltige Medien – Was ist das?
<https://padlet.com/Starkmacher/9brb652ahh6ogs5>
Gruppenarbeit: SDG Workshop <https://padlet.com/Starkmacher/axtobqivtrv67j1n>
Digitale Tools <https://app.find-my-tool.io/>

SDG Workshop: Aufgaben und Fragestellungen pro SDG

SDG 1 – Keine Armut: Wo beginnt für dich Armut?

SDG 2 – Kein Hunger: Kann unsere Politik das Problem "Hunger weltweit" lösen oder meinst du, dass du auch einen Beitrag leisten kannst/musst dafür, dass der Hunger weltweit weniger wird?

SDG 3 – Gesundheit und Wohlergehen: Was benötigst du um gesund zu sein?

SDG 4 – Hochwertige Bildung: Wie stehst du zum deutschen Bildungssystem? Was würdest du ändern?

SDG 5 – Geschlechtergleichheit: Was ist Gleichberechtigung für dich?

SDG 6 – Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen: Ist der Zugang zu sauberem Trinkwasser ein Menschenrecht?

SDG 7 – Bezahlbare und saubere Energie: Wärdst du bereit Kompromisse einzugehen dafür, dass weniger CO2 in unsere Atmosphäre ausgestoßen wird?

SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Dein Traumarbeitsplatz:

SDG 9 – Industrie, Innovation und Infrastruktur: Was macht eine gute Infrastruktur für euch aus?

SDG 10 – Weniger Ungleichheiten: Kannst du konkret was gegen Ungleichheiten tun? Bist du Teil der Lösung?

SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden: Wie sieht für dich eine nachhaltige Stadt aus?

SDG 12 – Nachhaltiger Konsum und Produktion: Versucht ihr nachhaltig zu konsumieren? Wenn ja wie? Was habt ihr für Ideen wie man den nachhaltigen Konsum in Deutschland noch verbessern könnte?

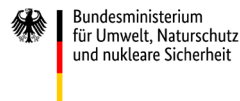
SDG 13 – Klimaschutz und Anpassung: Das kann ich für den Klimaschutz tun:

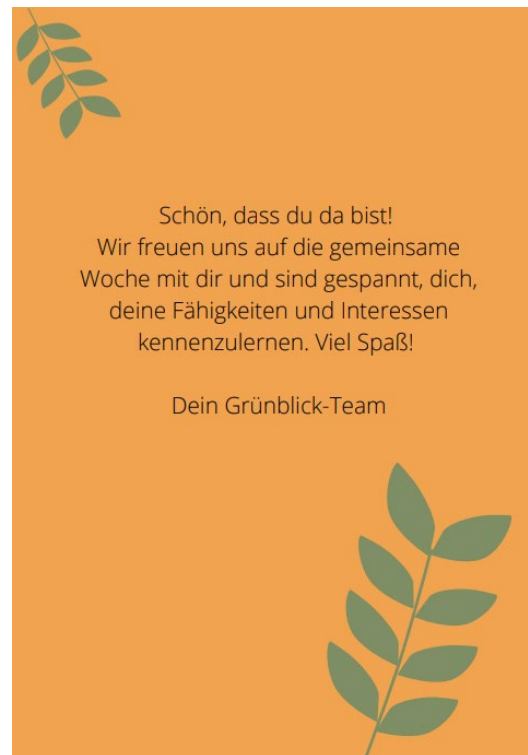
SDG 14 – Leben unter Wasser: Kennt ihr Initiativen zum Schutz von Gewässern in eurer Nähe?

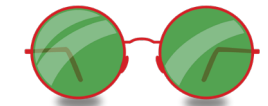
SDG 15 – Leben an Land: Welche Ideen habt ihr, wie man unsere Ökosysteme mehr schützen und erhalten kann?

SDG 16 – Frieden, Recht und starke Institutionen: Wo begegnen dir Konflikte und was kannst du konkret dagegen tun?

SDG 17 – Partnerschaft zur Erreichung der Ziele: Was benötigst du um mit Menschen auf Augenhöhe kommunizieren zu können? Was gehört für dich dazu?







Das Projekt Grünblick



Das Bildungsprojekt "Grünblick" des Starkmacher e.V. unterstützt über drei Jahre insgesamt 360 Teilnehmende durch praxisorientierte Workcamps (10-20 Teilnehmende pro Workcamp) bei der beruflichen und persönlichen Entwicklung. Die Berufskategorien der einwöchigen Workcamps umfassen Energie, Ernährung, Landwirtschaft, Stadt und Kommune, Medien, Konsum, Wasser, Wald sowie Wirtschaft und Finanzen. Die Teilnehmenden im Alter von 16-25 Jahren aus den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern und Saarland beschäftigen sich während der Workcamps, die während der Schulleisten der jeweiligen Bundesländer stattfinden, mit den eigenen Perspektiven und Berufswünschen, um ein Verständnis zu entwickeln, in welchen Berufsfeldern sowohl ihre Interessen als auch ihre Potentiale liegen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsaspekte der jeweiligen Berufskategorien, um den Teilnehmenden eine langfristige und nachhaltige Berufsorientierung und Zukunftsperspektive zu ermöglichen. Zudem möchte der Starkmacher e.V. mit diesem Projekt einen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals der UN sowie einer klischeefreien und geschlechtergerechten Berufsorientierung leisten. Das Projekt Grünblick wird im Rahmen des ESF-Förderprogramms "Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung befördern. Über grüne Schlüsselkompetenzen zu Klima- und ressourcenschonendem Handeln im Beruf - BBNE" durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit sowie dem Europäischen Sozialfond gefördert. Die pädagogische Arbeit orientiert sich an den Bedürfnissen der Teilnehmenden und unterstützt sie bei der Suche nach ihrer (beruflichen) Identität und dem Streben nach Eigenständigkeit. Die Nachhaltigkeitsaspekte verschiedener Berufe werden dabei durch erlebnispädagogische Methoden unterstützt. Des Weiteren arbeiten und handeln die Projektmitarbeitenden mit dem Starkmacher Prinzip und begleiten die Teilnehmenden bei deren beruflicher und persönlicher Entwicklung über das Projekt hinaus. Die Öffentlichkeitsarbeit des Projekts wird interaktiv mit den Teilnehmenden konzipiert und umgesetzt. Basierend auf dem Peer-to-Peer Ansatz werden somit auch effektiv Interessierte erreicht, die nicht die Möglichkeit haben, selbst an den Workcamps teilzunehmen. Ziel ist, dass die Teilnehmenden als Multiplikatoren auftreten und die gelernten Inhalte in eigenen kreierten Formaten außerhalb des Projekts, weitervermitteln. Zudem verfolgt die Öffentlichkeitsarbeit den Ansatz, das Netzwerk, innerhalb welchem das Projekt stattfindet, stets zu stärken und zu vergrößern. Dadurch können entstandene Partnerschaften, Beziehungen und Netzwerke auch über den Projektzeitraum hinaus bestehen bleiben und stets neue Kooperationen mit Unternehmen, Institutionen, Interessengruppen, politischen Akteuren und Bildungsträgern gesucht und eingegangen werden.

Website: www.gruenblick.de
Instagram: [gruen_blick](https://www.instagram.com/gruen_blick)

4

Der Starkmacher e.V.



Unser Team des Starkmacher e.V. besteht aus zwölf Mitarbeiterinnen. Wir bieten Bildungsprogramme für junge Menschen an, die Raum für konfliktfreie Begegnung, Selbstwirksamkeitserfahrung und Horizonterweiterung geben. Wir engagieren uns in gesellschaftsrelevanten Tätigkeitsfeldern, um jugendliche und Fachkräfte der Jugendarbeit nachhaltig zu stärken.

"Wir sind überzeugt, dass in jedem Menschen etwas Wertvolles steckt - das möchten wir sichtbar machen."

Die Arbeit des Starkmachers wird in verschiedenen Säulen sichtbar: Starkmacher Global (Internationale Bildungsprojekte), Starkmacher Green (Bildung für nachhaltige Entwicklung, Ökologie und Nachhaltigkeit), Starkmacher Interaktiv (Inklusive und soziale Austauschprojekte) und Starkmacher Ökonomie (Beschäftigungsfähigkeit und soziales Unternehmertum).

Die Vision des Starkmacher e.V. ist es, dass jeder junge Mensch seine Potenziale entfalten kann um die Gesellschaft nachhaltig positiv zu prägen. Der Starkmacher stärkt durch gemeinsames Angehen von Herausforderungen. Gemeinsam mit Jugendlichen und Partnern stärken wir uns und unsere Umgebung - da wo es gebraucht wird. Mit unseren Bildungsprojekten reagieren wir auf Herausforderungen in unserer Gesellschaft und entwickeln neue Gestaltungsräume. Wir bringen Menschen, Ideen und Netzwerke zusammen, um Potenziale für eine starke Zukunft zu entfalten.

Der Starkmacher ist Träger der freien Jugendhilfe im Bereich der Jugendarbeit gemäß § 75 Sozialgesetzbuch Achte Buch (SGB VIII) und Träger außerschulischer Jugendbildung nach §§ 4 und 17 Jugendbildungsgesetz (BJG).



Schau gerne auf unserer Website vorbei :)

5

Die 9 Workcamps

Im Workcamp **Stadt & Kommune** dreht sich alles um regionales, solidarisches Wirtschaften, deine Talente und die Chancen eines Zusammenlebens von morgen.

In dem Workcamp **erneuerbare Energien** werden erneuerbare Energien erlebbar und greifbarer in dem wir ein gemeinsames Windrad bauen.

Das Workcamp **Wirtschaft & Finanzen** beschäftigt sich mit Konzepten, Theorien und Praxisbeispielen des ökonomischen Wachstums und mit nachhaltigen Geldanlagen.

Im Workcamp **nachhaltiger Konsum** dreht sich das gemeinsame Programm um Themen wie: Upcycling, umweltverträgliche Produktion, fairer Handel, Umgang mit Ressourcen, soziale Verantwortung und Zero Waste.

Im Workcamp **Wasser** geht es um Berufe am, auf und rund um das Wasser. Von Bootsbau bis Fischzucht und Energiegewinnung gehen wir dem Thema auf den Grund. Am Wichtigsten ist dabei Wasser als Lebensraum und Ökosystem.

Medien gewinnen immer mehr an Wichtigkeit für globale Prozesse, Veränderungen und nachhaltige Entwicklungen. Im Workcamp **Medien** geht es um globale Einflüsse, Abläufe und um die sich daraus bildende Vielfalt als Berufsmöglichkeiten.

Berufe und Aktivitäten rund um die Nutzung unseres wertvollen Bodens und der ländlichen Räume beackert das Workcamps **Landwirtschaft**.

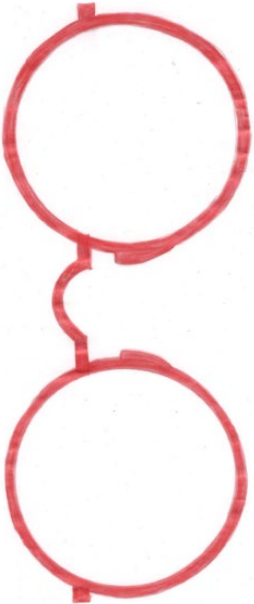
Das Workcamp **Ernährung** setzt sich mit bewusster Ernährung, dem Einfluss von bewusster Ernährung auf die Umwelt und den damit verbundenen Berufsmöglichkeiten auseinander.

Der **Wald** ist Lebensraum, Ökosystem und Arbeitsort. Im Workcamp Wald wird seine Vielfalt, seine Nutzung z.B. durch Holz und seine Funktionen z.B. für das Klima thematisiert sowie Berufe, die damit zu tun haben, vorgestellt.



6

MY VISION



7

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG
17 ZIELE, DIE UNSERE WELT VERÄNDERN



8

SDG Workshop

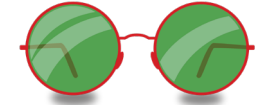
Das habe ich neu dazu gelernt:

Das ist für mich am wichtigsten:

Darüber möchte ich noch mehr wissen:

Die SDG´s sind für mich...

9



Wie willst du in deiner Welt von morgen leben?



von morgen

von morgen, bringt alles Gute auf eine Karte. **Unternehmen**, **Initiativen & Events** die schon heute für eine Welt von morgen leben.

Die Karte von morgen, bietet allen Nutzer*innen die Möglichkeit, Einträge zu kartieren und anhand von 6 Positivfaktoren auf ihre **Gemeinwohlorientierung** hin zu bewerten. Desto positiver die Bewertung ist, umso besser wird die Sichtbarkeit auf der Karte.

Unsere Regionalpilot*innen überprüfen die Qualität der Einträge. Und unsere Themenpilot*innen, betreuen überregionale Netzwerke und Bewegungen.

Unsere nächsten Schritte: Schnittstellen für Sammlung und Austausch von allen Aspekten zur Erstellung von Nachhaltigkeitsbilanzen über ganze Lieferketten

Gestalte die Welt von morgen mit!

Neugierig geworden? Dann besuche: kartevonmorgen.org

Werde Regional- und oder Themenpilot*in! blog.vonmorgen.org/piloten/



"green skills"

Ein sich veränderes System (z.B. Wirtschaftssystem) erfordert nachhaltige grüne Schlüsselkompetenzen. Diese Schlüsselkompetenzen sind auch bekannt als „green skills“. Sie sollen dabei helfen, ein klima- und ressourcenschonendes Handeln im Beruf zu ermöglichen.

Sie fördern:

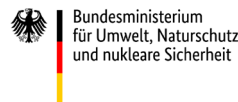
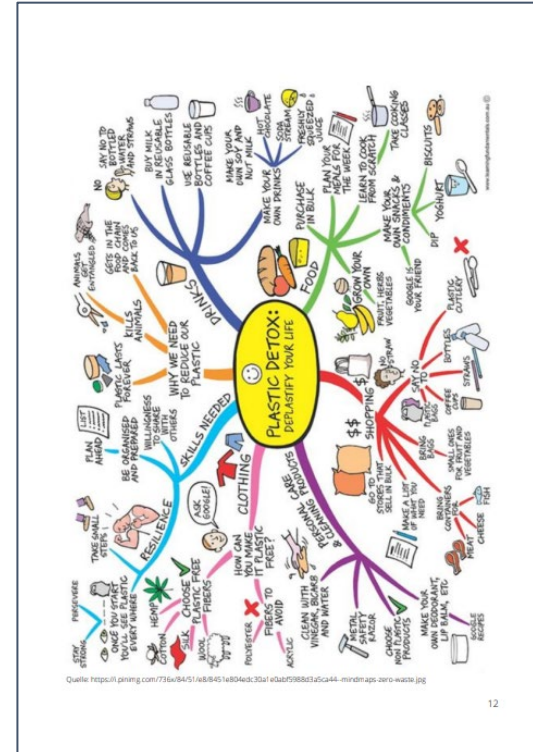
- fachliche Grundausbildungen
- technische Kompetenzen
- zusätzliches Spezialwissen
- bewusstes nachhaltiges Handeln
- Auseinandersetzung mit verschiedenen Ansätzen der Nachhaltigkeit

"zero waste"

Ist eine Lebensphilosophie. Zero aus dem Englischen für Null und Waste für Müll steht für eine Bewegung, welche eine nachhaltige Lebensweise anstrebt, ohne Abfall und Ressourcen zu verschwenden.

"upcycling"

Beim Upcycling wird einem vermeintlichen Abfallprodukt ein neues Leben geschenkt, indem es aufwertet und in anderer Form wiederverwendet wird. Der Begriff wird aus dem Englischen von up (nach oben) und recycling (Wiederverwertung) zusammengesetzt. Wichtig zu unterscheiden sind Upcycling, Downcycling und Recycling.



Worin bist du gut?
Was liebst du?
Was braucht die Welt?
Womit kannst du dein Leben finanzieren?

13

Meine Erkenntnisse während der Projektwoche

14

Welchen Beruf hast du schon immer toll gefunden und wieso?

Kannst du dir vorstellen, diesen Beruf selbst auszuüben? Wenn nein, wieso nicht?

Mit wem würdest du gerne über deinen Berufswunsch sprechen?

Welches deiner Hobbys würdest du gerne in deinen Arbeitsalltag einbauen?

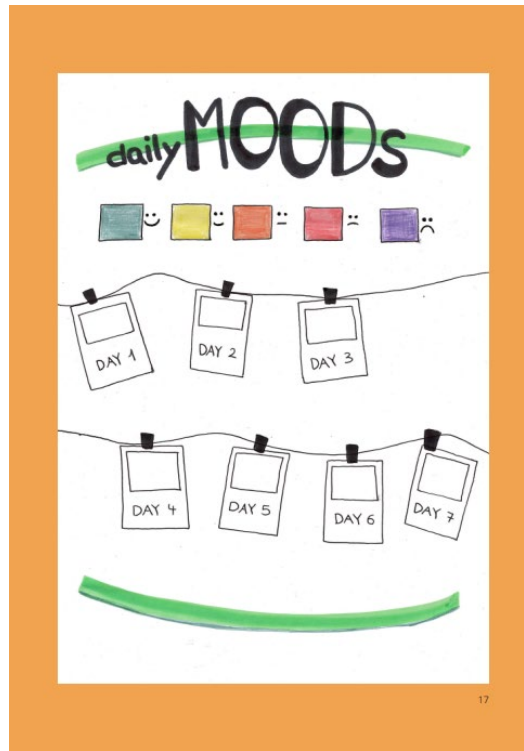
15

Welche Stärke magst du an dir und wie könnte diese im Beruf hilfreich sein?

Dein persönliches Tagesfazit:



16



17

Spannend heute war:

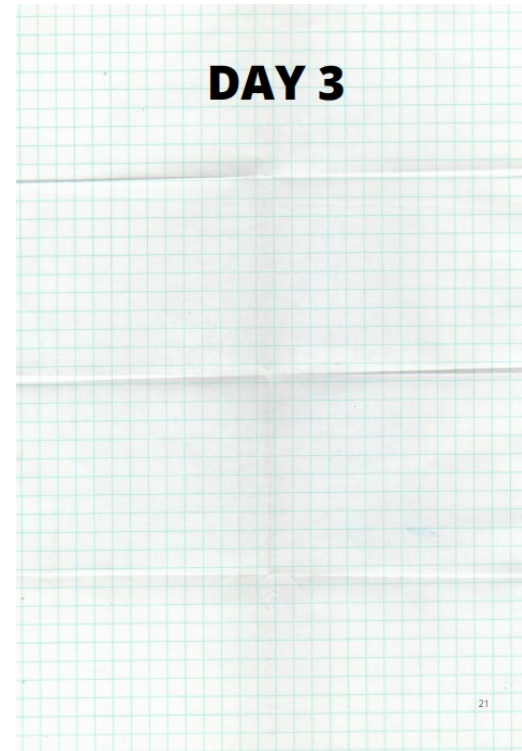
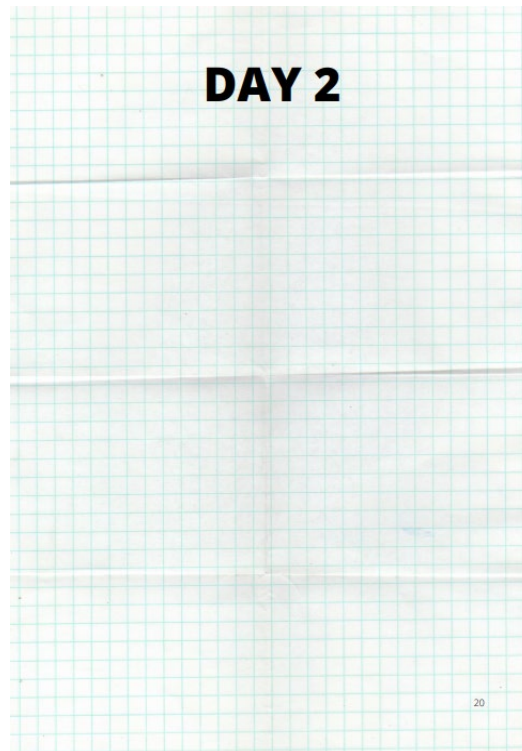
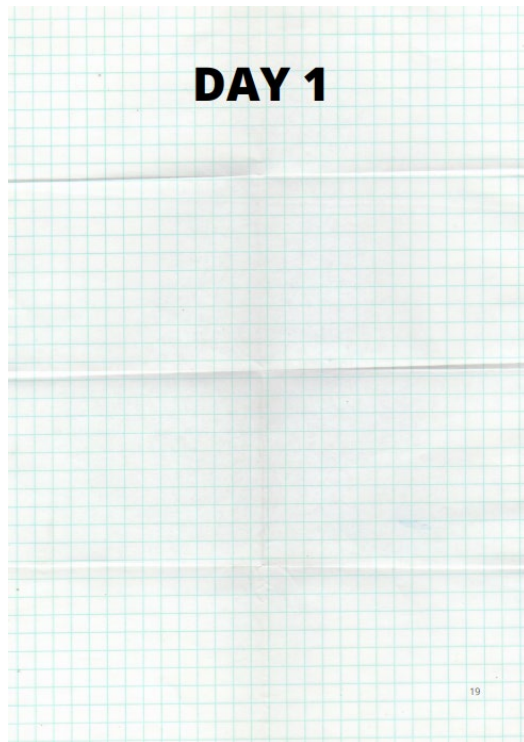
Eine neue Erfahrung für mich war...

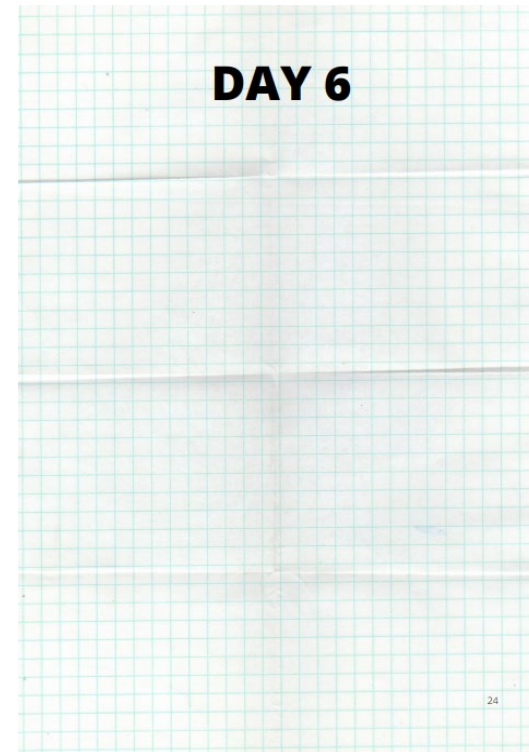
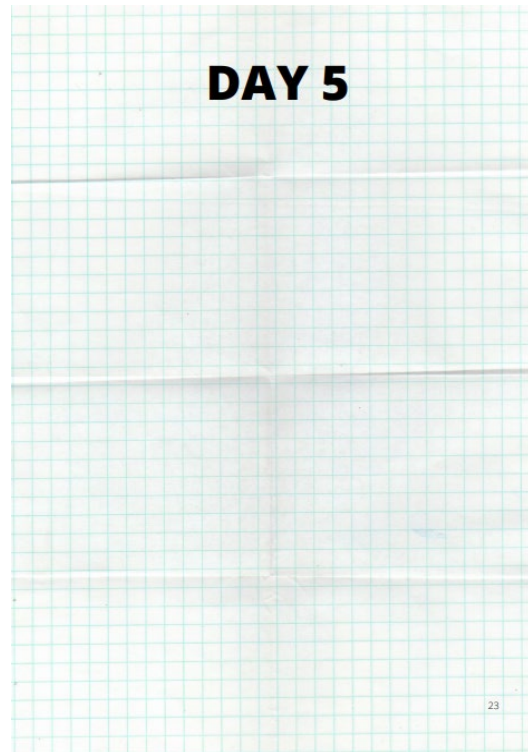
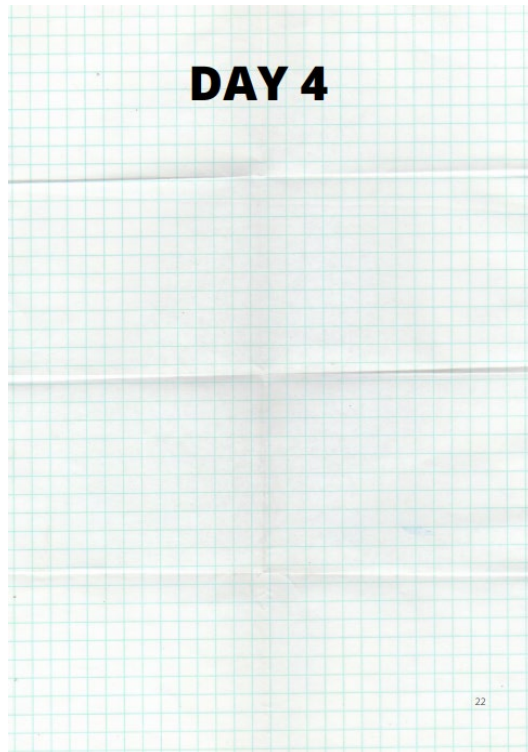
Ich hätte nie gedacht, dass...

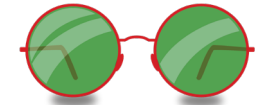
Das möchte ich morgen ausprobieren:

Das konnte ich heute einbringen:

18







DAY 7

25

Wandercoaching

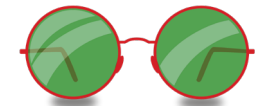
26

MOVIES

- Tomorrow
- THE END OF MEAT
- The Green Book
- Blind side
- Invictus
- Hidden figures
- Plastic Planet
- Flow. Wasser ist Leben
- The Story of a spoon
- Ghandi
- Slumdog Millionäre

•••

27



BOOKS

Einfach intelligent produzieren (Braungart/ McDonough)

Besser Leben ohne Plastik (Bunk/Schubert)

Vom Waschbecken ins Meer (Cobbing)

Alltagsobjekt Plastiktüte (Corell)

Race, Waste, Space (Dillon)

Abfall, Moderne, Gegenwart (Faßler)

Meeresschutz (Greenpeace)

Der Essensvernichter. Warum die Hälfte aller Lebensmittel im Müll landet und wer dafür verantwortlich ist. (Kreuzberger/ Thurn)

Einfach die Welt verändern. 50 kleine Ideen mit großer Wirkung (Taterra)



Nach dieser gemeinsamen Woche geht eure Reise in den Beruf weiter. Auf dieser Reise, sind Menschen die das Selbe durchleben oder schon mehr Erfahrungen gesammelt haben, hilfreich.

Vielleicht habt ihr in den gemeinsamen Tagen Personen kennengelernt, die euch bei eurem Weg helfen können oder mit denen ihr euch austauschen könnt? Tauscht gerne eure Kontaktdaten aus und bleibt vernetzt :)

Bei Fragen zum Projekt stehen wir natürlich auch zur Verfügung. Über die Instagramseiten des Projekts (gruen_blick) und des Vereins (starkmacher_official) sowie unsere Websites (www.grünblick.de; www.starkmacher.eu) könnt ihr uns gerne erreichen :)



29

Unser Netzwerk



Das Projekt wird gefördert durch

Das Projekt „Grünblick“ wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung“ gefördert. Über grüne Schlüsselkompetenzen zu klima- und ressourcenschonendem Handeln im Beruf – BBNE“ durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit sowie den Europäischen Sozialfonds gefördert.



30



Impressum



Veranstalter:

Starkmacher e.V.
Cobltzallee 8, 68163 Mannheim,
Deutschland
Tel: +49 (0) 621 4960 2693
Fax: +49 (0) 621 4960 2694
E-Mail: info@starkmacher.eu
Website: www.starkmacher.eu

Vereinsvertretung:

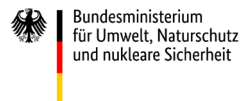
Vorstand: Christian Röser
Stellvertretender Vorstand: Nicolas Bosch
Stellvertretender Vorstand: Johannes Epping

Projektteam:

Stephan Wolf (Projektleitung) – s.wolf@starkmacher.eu
Dominik Lechner (Öffentlichkeitsarbeit) – d.lechner@starkmacher.eu
Galby Schäfer (Verwaltung) – g.schaefer@starkmacher.eu
Simone Röser (Verwaltung) – s.roeser@starkmacher.eu
Juliane Schmitt (pädagogische Leitung) – j.schmitt@starkmacher.eu
Christian Röser (stellvertretende Projektleitung, Lernortleitung) – c.roeser@starkmacher.eu



www.gruenblick.de
Instagram: gruen_blick



FAQ mit Antworten des Grünblick Teams



1. Wie wählt man Referenten/Experten aus?

Je praktischer, jünger (Alter & junge Art der Ansprache), lebensnaher, desto eher können sich die Teilnehmer*innen mit Referent*innen und der Lernortleitung identifizieren.

2. Wie findet man die richtigen Referent*innen?

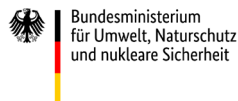
- Recherche über aktuelle Trends und relevante Themen für die Zielgruppe
- Aktuelle politische, gesellschaftliche Themen über z.B. Social Media im Blick halten
- Umfragen (über Instagram starten) und die Teilnehmer*innen nach deren Interessen fragen
- Nach den Bedürfnissen und Themen der Teilnehmer*innen auswählen
- Darauf achten, dass die Referent*innen zum pädagogischen Ansatz/Prinzip passen
- Haben sie Interesse daran mit den Teilnehmer*innen in Kontakt zu treten?
- Bieten sie den Teilnehmer*innen etwas an (Praktika, Ausbildung etc.)?
- Arbeiten sie interaktiv und haben sie eine moderne Ansprache (Identifikation), sowie anschauliche Präsentationen (Farbe, Bilder etc.)

3. Wie kann bei den Workcamps die Interaktion sichergestellt werden?

- Chat Gruppe (Telegram, WhatsApp, Signal) - Schneller Kontakt und Vernetzung auch nach dem Workcamp
- Viele Referent*innen (Abwechslung)
- Professionelle Räume und gute Ausstattung
- Challenges
- Austausch (fest im Programm eingeplant)
- Gruppenaktivitäten

4. Was waren Herausforderungen bei der Teilnehmer*innen Akquise?

- Präzise Kommunikation der Workcamp Inhalte, die zum Zeitpunkt der Akquise noch nicht ganz fertig waren. Man muss darauf achten, so viele Informationen wie möglich zu streuen
- Eine zentrale Plattform schaffen, auf der alle Informationen zum Workcamp gesammelt werden können
- Es war schwer abzuschätzen, wie viele der Jugendlichen, die sich angemeldet haben, auch wirklich am Workcamp teilnehmen.



5. Wie viele Teilnehmer*innen kann man bei dem Workcamp erwarten?

Bei Präsenz Workcamps haben ca. 90% der Jugendlichen, die sich angemeldet haben, auch daran teilgenommen. Hier macht eine Warteliste mehr Sinn, muss aber min. 3 Woche vor dem Workcamp geklärt sein, ob man nachrutschen kann oder nicht. Spontane Zusagen von der Warteliste z.B. drei Tage vor dem Präsenz Workcamp gibt es kaum

Jugendliche nehmen eher an digitalen Workcamps teil, wenn sie die Möglichkeit haben, sich an verschiedenen Stellen ausklinken zu können (für Vorlesungen, Fahrschule, Arzttermine etc.) Das sollte von Anfang an kommuniziert werden, dass das kein Problem ist. Die Jugendlichen sind für diese Flexibilität sehr dankbar

Wirklich wissen, wie viele Jugendliche bei digitalen Workcamp teilnehmen, weiß man erst, wenn das Workcamp beginnt, einige erscheinen, obwohl sie am Tag davor zugesagt haben, nicht zum Workcamp und melden sich nicht ab. Das ist völlig normal und das darf man nicht persönlich nehmen

Persönlicher Kontakt zu den Jugendlichen im Vorfeld hilft enorm das Engagement der Teilnehmer*innen zu steigern. Man kann ihnen Mails schreiben, Pakete schicken, einen Info-Call machen, anrufen etc. Vor allem sollten sie die Möglichkeit haben, die Gesichter der Moderator*innen zu sehen

6. Wie haben wir sichergestellt, dass wir die richtigen Teilnehmer*innen ansprechen?

Über soziale Medien erreicht man eher bildungsstarke Jugendliche, da sich die Algorithmen an die Interessen der Jugendlichen andocken. Bildungsschwache Jugendliche interessieren sich meist nicht für Umweltthemen. Geschaltete Werbung ist daher besser für bildungsstarke Jugendliche. Bildungsschwache Jugendliche müssen über persönliche Kontakte akquiriert werden (Jugendhäuser, Schulen)

7. Nach welchen Kriterien haben Sie die Teilnehmer*innen ausgewählt? (Alter, Förderbedarf, Vorkenntnisse)

Nach dem Zeitraum, an dem die Jugendlichen wirklich teilnehmen können/wollen und der Motivation teilzunehmen.

Der Förderbedarf war auch ein Kriterium bei den Präsenz Workcamps. Hier haben wir Jugendliche mit Förderbedarf bevorzugt. Bei digitalen Workcamps haben wir eher bildungsstarke Jugendliche bevorzugt, da die Chance wesentlich höher war, dass diese auch wirklich dabeibleiben

Wir haben auch auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis geachtet (möglichst 50/50).

All das kann direkt beim Anmeldeformular abgefragt werden, sodass man gezielt auswählen kann

FAQ mit Antworten des Grünblick Teams



8. Wie viel Vorlaufzeit haben Sie bei der Teilnehmer*innen Akquise geplant?

Es gab keinen Unterschied zwischen digitalen und analogen Workcamps. Wenn Instagram Werbung geschaltet wird, ergibt es Sinn, 1 1/2 Monate vorher zu starten. Bei digitalen Workcamps kommen die meisten Anmeldungen eher später. Es ergibt aber trotzdem Sinn, 1 1/2 Monate vorher die Werbung zu schalten, da sich einige Jugendliche erst noch informieren müssen

Wenn bildungsschwache Jugendliche akquiriert werden und der Kontakt über Schulen, Jugendhäuser, Vereine läuft, muss der Kontakt sehr viel früher aufgebaut werden. Es wird empfohlen bis zu 6 Monate vor dem Workcamp Kontakt zu der Organisation aufzunehmen, da meist sehr viele bürokratische und organisatorische Hürden geregelt werden müssen

9. Wie läuft die Anmeldung in der Praxis?

Am besten über ein zentrales Anmeldeformular, das die Angaben der Teilnehmer*innen sammelt und beispielsweise in einer Excel Tabelle zusammenstellt. So gibt es einen besseren Überblick über die Teilnehmer*innen. Eine Anmeldung über E-Mail geht auch, ist jedoch komplizierter

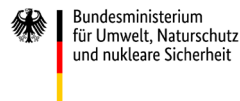
Es ergibt Sinn folgende Informationen bei der Anmeldung abzufragen:

- Alter
- Geburtsdatum
- Vorkenntnisse
- Besondere Interessen beim Themenfeld
- E-Mail-Adresse
- Standort
- Handynummer/Instagram (Dort sind Jugendliche besser zu erreichen als per Mail)
- Zustimmung zur Verwendung der angegebenen Daten

10. Wie kommuniziert man am besten mit den Teilnehmer*innen

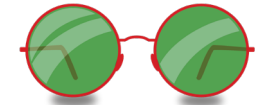
Am besten sind Jugendliche über Social Media wie z.B. WhatsApp/Telegram und Instagram zu erreichen. Es ergibt Sinn eine Handynummer als Kontakt anzugeben, um für Fragen erreichbar zu sein. Auch können Gruppenchats mit allen Teilnehmer*innen gegründet werden, sodass häufige Fragen dort geklärt werden können

Es sollte nicht nur per E-Mail mit den Teilnehmer*innen kommuniziert werden. Jugendliche lesen kaum Mails.



Danke

GRÜNBLICK



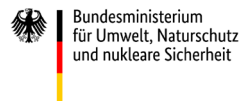
Für den Durchblick bei nachhaltigen Berufen

Wir bedanken uns herzlich bei allen, die uns inspiriert, unterstützt und begleitet haben. Ohne euch wäre dieses Projekt nicht möglich gewesen.



Kontakt

Starkmacher e.V.
Coblitzallee 8, 68163 Mannheim
Telefon: +49 (0) 621 49602693
Fax: +49 (0) 621 49602694
E-Mail: info@starkmacher.eu



Zusammen. Zukunft. Gestalten.