

# GRÜNBLICK

Für den Durchblick bei nachhaltigen Berufen

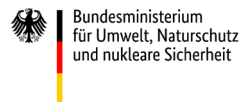
Dokumentation | Starkmacher e.V.

# Nachhaltiger Konsum



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

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.



# 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	12
Das Grünblick-Heft	13
Wandercoaching	14

## Workcamp vor Ort - Modell-Region Biosphärengebiet

Regionalmarken und Ihre Bedeutung - Besuch im Biosphärenzentrum	16
Nachhaltige Fleischproduktion und Vermarktung	17
Regionale Vermarktung: Wolle und „Globaler Begleitkonsum“	17

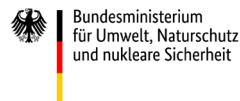
Kleidung und Mode	17
Upcycling	18
Globales, nachhaltiges Lernen	18
Kreativ Workshop - Nachhaltiger Wandel im ländlichen Raum	19

## Digitales Workcamp – Nachhaltiger Konsum

Planspiel zum SDG 12 – Nachhaltiger Konsum	20
Zero Waste your Life	20
Nachhaltige Mode, Siegel & Greenwashing	21
Kaffeerösterei Agatá	22
Unverpacktladen Mannheim	22
Deutscher Filmpreis – LOLA	22
Nachhaltige Ernährung	22
Abfallwirtschaft mit Metabolon	23
Wandercoaching zur Berufsorientierung	23

## Anhang

Feedback der Teilnehmer*innen	25
Feedback der Mitarbeiter*innen und Lernortleitung	26
Nützliche Links und Materialien	28
Grünblick Heft	29
FAQ mit Antworten des Grünblick Teams	40



# 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

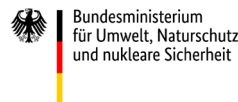
**Wasserwirtschaft**, nachhaltige **Ernährung**, **erneuerbare Energien**, nachhaltige **Landwirtschaft**, nachhaltige **Stadt & Kommune**, **Grünblick kommt vorbei** und **Grünblick in Action**.

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.



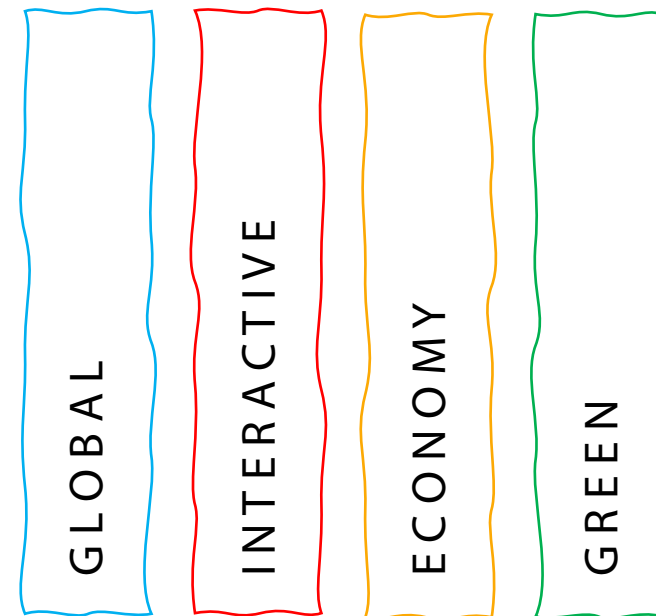
## Der Starkmacher e.V.

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 nachhaltiger Konsum 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 einmal in digitaler Form und zweimal vor Ort 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 haben wir 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 ([Seite 28](#)), die die Interaktion stark fördern können.

## 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 13](#)) 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.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

## MATERIALIEN BEI DIGITALER DURCHFÜHRUNG

Grünblick Heft (1x pro Person)	Account für digitale Tools (optional)
Lautsprecher	Padlet
Laptop	Mentimeter
Kamera	Actionbound
Mikrofone	Miro
Zoom-Account o.ä.	Mural

## MATERIALIEN BEI DURCHFÜHRUNG VOR ORT

Grünblick Heft (1x pro Person)	Technische Ausrüstung
Medienkoffer	Lautsprecher
Stifte etc.	Laptop
Flipchart (Papier)	Kamera
Erste-Hilfe-Tasche	
SDG Koffer	
Spiele / Sportmaterialien	
Bastelmaterialien	



## 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. Zudem wurde darauf geachtet, dass die Werbung für Workcamps immer klischeefrei formuliert war und dadurch diversitätsfördernd die Berufsfelder vorgestellt werden konnten.

## 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 beim Workcamp vor Ort einen zusätzlichen fünften Tag. Bei Online Workcamps ist das Wandercoaching am vierten Tag und bei diesem Workcamp nach dem SDG Workshop bereits thematischer Input zum Berufsfeld Konsum. Die einzelnen Themenblöcke sind in den nächsten Kapiteln näher ausgeführt.

## Workcamp vor Ort: Überblick über den zeitlichen Ablauf

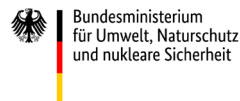
UHRZEIT	1. TAG	2. TAG	3. TAG	4. TAG	5. TAG
9.00 – 9.30	Begrüßung	Begrüßung	Begrüßung	Begrüßung	Begrüßung
9.30 – 10.30	Organisatorisches + Erwartungsbaum Einführung Biosphärengebiet	EPIZ – Entwicklungs- pädagogisches Informationszentrum	GWÖ – WORKSHOP Alles im Focus	Biosphärenzentrum Aufgaben und Berufe Regional-Vermarktung	Wandercoaching
10.30 – 11.00	Pause	Pause	Pause	Pause	
11.00 – 12.00	SDG-Workshop	Karte von morgen	GWÖ – WORKSHOP Alles im Fokus	Alb-Linsen-Projekt	
12.00 – 14.00	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause
14.00 – 17.00	Action Bound SDG-Workshop	Konsumverhalten in der Modeindustrie	GWÖ – Unternehmen in Münsingen	Regionalvermarktung – Lieferkette Lammfleisch	Wandercoaching
17.00 – 18.00	Abendessen	Abendessen	Abendessen	Abendessen	Abschluss Wandercoaching
18.00	Abschluss 1. Tag	Filmabend	Mode Upcycling oder Wanderung	Gemütliche Abendrunde	Abschluss Workcamp

# Projekt Management



## Workcamp digitale Durchführung: 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	Anna Rogun: nachhaltige Mode (Siegel, Mode, Beispiele Greenwashing)	Clemens Arnold: Nachhaltiger Konsum am Beispiel Deutscher Filmpreis LOLA	Wandercoaching
10.30 – 11.00	Pause	Pause	Pause	
11.00 – 12.00	SDG-Workshop	Modelabel Salzwasser	Sebastian Biehler - nachhaltige Ernährung	
12.00 – 14.00	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause	Mittagspause
14.00 – 15.00	SDG 12 genauer Vertiefen mit Johannes Dolderer GWÖ	Kaffeerösterei Agata: Specialty Coffee	Metabolon - Bergischer Abfallverband	Wandercoaching
15.00 – 16.00	Laura Grotenrath: Zero Waste Your Life	Priska Epping: Unverpacktladen	Medien- Challenge	
16.00 – 16.30	Reflexionsrunde/Pause/Runterfahren	Reflexionsrunde/Pause/Runterfahren	Reflexionsrunde/Pause/Runterfahren	Abschluss Wandercoaching
16.30 – 17.00	Abschluss 1. Tag	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 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 15 – Leben an Land: Welche Ideen habt ihr, wie man unsere Ökosysteme mehr schützen und erhalten kann?**

Eine vollständige Liste mit Beispielfragen finden Sie auf [Seite 28](#).

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.



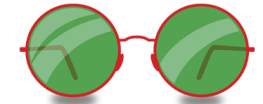
Ein Kernelement des SDG Workshops ist es, die Vielfalt der Nachhaltigkeit aufzuzeigen, da sich Nachhaltigkeit sowohl aus der ökologischen Perspektive als auch der sozialen und ökonomischen Perspektive betrachten lässt. Die Teilnehmer\*innen haben die Möglichkeit, sich persönlich mit den SDGs ihrer Wahl 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.

Das Workcamp „Nachhaltiger Konsum“ dreht sich rund um Konsum, Upcycling, umweltverträgliche Produktion, fairer Handel, Umgang mit Ressourcen, Social Responsibility und Zero Waste. Wir erfahren Hintergründe über die Auswirkungen des globalen Konsums auf den Klimawandel, die weltweite Armut und erarbeiten zusammen mit Sozial-Unternehmern und Start-ups Lösungsansätze für ein nachhaltiges Konsumverhalten. Die Teilnehmer\*innen bekommen während der Woche zudem Einblicke in die globalen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Zusammenhänge in Bezug auf das globale Konsumverhalten.

## Workcamp vor Ort

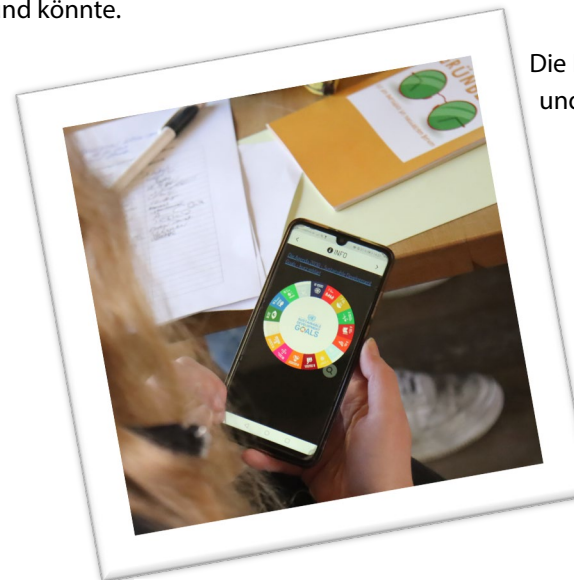
Um Konsum nachhaltiger zu gestalten, soll so konsumiert werden, dass sowohl heutige als auch zukünftige Generationen ihre Bedürfnisse erfüllen können und dabei die Erde mit ihrer Biodiversität nicht gefährdet wird.

Hierzu fand vom 17.-24. November 2021 für 14 Teilnehmer\*innen das erste Präsenz Workcamp zum Berufsfeld Konsum auf der Hopfenburg in Münsingen statt. Die Hopfenburg liegt in einem Biosphärengebiet der schwäbischen Alb, die perfekte Lage für ein abwechslungsreiches Programm mit regionalem Unternehmertum und nachhaltigen Initiativen, die den Jugendlichen praxisnahe Einblicke in nachhaltige Berufsmöglichkeiten im Themenfeld Konsum ermöglichten. In der Woche vom 23.-30. Oktober 2022 fand das zweite Workcamp vor Ort mit sehr ähnlichen Inhalten statt. Lediglich in dem Zeitplan gab es hierbei Änderungen.

Webseite Hofgut Hopfenburg: <https://www.hofgut-hopfenburg.de/>

## Digitales Workcamp

Vom 11.-14. April 2022 trafen sich 10 Jugendliche auf der Suche nach Orientierung bei grünen Berufsmöglichkeiten in einem digitalen Workcamp rund um Upcycling, umweltverträgliche Produktion, fairer Mode und Zero Waste: Kurz, rund um nachhaltigen Konsum. Die Teilnehmer\*innen kamen aus Neugier, um sowohl für ihren privaten Alltag als auch für ihr Studium und Ausbildungsfeld nachhaltige Tipps und Handlungsmöglichkeiten zu entdecken. Für viele stand die Frage im Mittelpunkt, ob und wie nachhaltig ihr Traumberuf ist, und wie er sich in Zukunft verändern muss und könnte.



Die Inhalte des digitalen Workcamps und die des Präsenz Workcamps für nachhaltigen Konsum werden in diesem Kapitel ausführlich beschrieben.

Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

## Workcamp vor Ort - Modell-Region Biosphärengebiet

Der Vormittag startete mit einem kurzen Einblick in die Modell-Region Biosphärengebiet Schwäbische Alb und einem ersten Gedankenaustausch zu den 17 Nachhaltigkeitszielen. Ziel des ersten Workshopteils war es, die 17 SDGs in Bezug zum eigenen Umfeld der Teilnehmer\*innen zu bringen. In Kleingruppen wurden 2-3 SDGs näher beleuchtet und Zusammenhänge aufgezeigt.

Am Nachmittag wurde es digital. Die Teilnehmer\*innen bekamen die Aufgabe, mit Hilfe der App „Actionbound“ und ausgewählten SDGs ein interaktives „Geländespiel“ zu entwickeln und im Anschluss allen Teilnehmer\*innen zum Spielen zur Verfügung zu stellen. Durch Recherche und aktive Ideenentwicklung entstanden so in Kleingruppen kreative Aufgabenbausteine zu verschiedenen SDGs, die mit viel Freude und Ehrgeiz von allen gespielt wurden.

Durch die Eigenrecherche und intensive Auseinandersetzung mit einem SDG ihrer Wahl war der Erkenntnisgewinn sehr hoch.

## Regionalmarken und Ihre Bedeutung Besuch im Biosphärenzentrum

Von Herrn Rainer Striebel (Regionalvermarktung BG) bekamen die Teilnehmer\*innen einen ersten beruflichen Einblick in die Herausforderungen der Biosphärengebiets-

Webseite Biosphärengebiet Schwäbische Alb: <https://www.biosphaerengebiet-alb.de/biosphaerengebiet>

Webseite Albgemacht: <https://albgemacht.de/>

Mitarbeiter\*innen und der Bedeutung der Regionalvermarktung am Beispiel der Regionalmarke „Albgemacht“ vorgestellt.

Im offenen Gedankenaustausch wurden Herausforderungen, Strategien und Kooperationen der Regionalmarke mit den Teilnehmer\*innen besprochen.

Im Anschluss übernahm Herr Jochen Rominger (Pädagogische Arbeit BZ), und zeigte am Beispiel der „Alblinsen“ den Weg von der Idee bis zur Vermarktung eines nachhaltigen und regionalen Lebensmittels. Die Teilnehmer\*innen durften in einem kleinen Kochkurs Linsenburger aus Alblinsen, Lammfleisch-Probierle, Apfelmus, Lautertaleis und vieles mehr selbst herstellen und verköstigen.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.



## Nachhaltige Fleischproduktion und Vermarktung

Johanna und Jonas Henniger / Schäferei Henniger erläuterten zunächst in einer Präsentation die Entstehungsgeschichte, die Herausforderungen und den Idealismus ihrer jungen Schäferei.

Schafe haben für das Biosphärengebiet eine hohe Bedeutung zum Erhalt von Lebensräumen wie Magerwiesen, Heideflächen und der Artenvielfalt.

Die Fleischproduktion ist jedoch leider nicht so lukrativ, da das Fleisch nicht so beliebt wie die herkömmlichen Fleischarten ist. Zusammen mit den Teilnehmer\*innen wurde kreativ überlegt, wie man die Vermarktung wieder nachhaltig und attraktiv gestalten könnte. Höhepunkt des Nachmittags war der Besuch bei der Herde auf dem ehemaligen Truppenübungsplatz.

Dabei war die Erkenntnis besonders wertvoll, dass jede\*r Einzelne durch den persönlichen Konsum etwas zur Nachhaltigkeit beitragen kann.

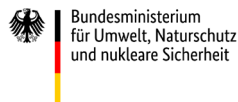
Im Abendprogramm wurde der prämierte Film „Danke für den Regen“ gezeigt. In diesem Film greift ein kenianischer Bauer erstmals zur Kamera und beginnt das Leben seiner Familie, seines Dorfes und die desaströsen Auswirkungen des Klimawandels zu filmen. Dieser Film wurde vom NaturVision FilmFestival bereitgestellt.

Webseite Schäferei Henniger: <https://www.schaf-bw.de/mitgliedsbetrieb/henniger-jonas/>

Webseite NaturVision FilmFestival: <https://natur-vision.de/>

Webseite Wollwerk im BT17: <https://www.albgut.de/2020/11/05/wollwerk-bt17/>

Webseite FashionFuture: <https://fashionforfuture.shop/>



## Regionale Vermarktung: Wolle und „Globaler Begleitkonsum“

Beim Besuch im „Wollwerk im BT17“ erläuterte die Mitbegründerin Christiane Bischoff den Teilnehmer\*innen, wie Wolle heute verarbeitet wird, und wie es in der Vergangenheit geschah. Es wurden die Herausforderungen in den verschiedenen Berufsbereichen, die mit Wolle in Zusammenhang stehen (Verarbeitung, Logistik, Marketing, Vermarktung), aufgezeigt. In der Region besteht der Wunsch, dass Menschen sich aufmachen und neue Wege zur Wertschätzung und Nutzung von heimischer Wolle erarbeiten.

## Kleidung und Mode

„FashionFuture“ zeigte am Nachmittag die globalen Auswirkungen unseres aktuellen Kleidungskonsums und kurze Einblicke in die Welt der Kleidungsproduktion. In Kleingruppen beschäftigten sich die Teilnehmer\*innen mit den Möglichkeiten des nachhaltigen Kleidungskonsums, den nachhaltigen Mode Labels und überdachten ihr eigenes Kaufverhalten.

## Upcycling

Die Idee des Upcyclings ist es, Abfallprodukte oder scheinbar nutzlose Stoffe in neuwertige Produkte umzuwandeln. Durch die Wiederverwendung kann so der Einsatz von Rohstoffen minimiert werden. Obwohl die meisten Teilnehmer\*innen den Begriff bereits kannten, hatten die wenigsten praktische Erfahrung.

An einem Abend des Workcamps wurde daher von der Filzerin Christiane Ludwig-Wolf ein Upcycling Workshop angeboten, bei dem Bienenwachstücher und Stoffe mit Filz hergestellt wurden. Die Bienenwachstücher bestehen aus natürlichen Stoffen, sind daher nachhaltig und können als wiederverwendbare Frischhaltefolie benutzt werden.

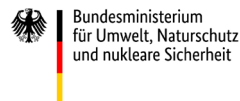
## Globales, nachhaltiges Lernen

Beim Vormittagsbesuch im EPiZ (Entwicklungspädagogische Informationszentrum in Reutlingen) lernten die Teilnehmer\*innen mit Hilfe verschiedener Aktionsspiele wie z.B. „Das Bild des Anderen“ oder „Weltspiel“ globale Zusammenhänge zu verstehen. Ebenfalls bekamen sie einen Einblick in die Aufgaben und Ziele, die durch das EPiZ unterstützt werden und erfuhren, welche Möglichkeiten es z.B. nach einem Auslandsjahr oder freiwilligen ökologischen Jahr (FÖJ) gibt.

Der Ort für das Mittagessen wurde von den Teilnehmer\*innen mit Hilfe der „Karte von Morgen“ ausgewählt.

Webseite EPiZ: <https://www.epiz.de/de/>

Webseite Karte von Morgen: <https://www.kartevonmorgen.org/>



Die Karte von Morgen ist eine Onlineplattform, welche soziale und nachhaltige Unternehmen und Vereine auf einer Karte darstellt.

Ein nachhaltiges Restaurant namens „Kaffeehäusle“ in Reutlingen wurde von den Teilnehmer\*innen ausgewählt. Hier wurden die Gäste mit einem veganen Mittagessen verwöhnt.

Im Anschluss konnten die Teilnehmer\*innen mit Unterstützung des GWÖ-Referenten Johannes Dolderer ein nachhaltiges Wirtschaftssystem spielerisch erkunden. GWÖ steht für Gemeinwohlökonomie und richtet sich im Vergleich zur herkömmlichen Wirtschaft auf den Profit für die Gesellschaft. Der Fokus auf das Gemeinwohl soll die Unternehmen dazu animieren faire und nachhaltige Strukturen aufzubauen und nicht nur den Profit des Unternehmens zu beachten. Im Anschluss wurden folgende Fragen diskutiert:

- **Wie würde sich unser Konsum verändern, wenn alle Einflussfaktoren in die Preisgestaltung einberechnet würden?**
- **Was würde dies für uns alle bedeuten?**
- **Was ist eine Gemeinwohlbilanz?**
- **Wie beeinflusst mein Kaufverhalten den nachhaltigen Wandel?**

Diese Themen haben starkes Interesse bei den Teilnehmer\*innen geweckt, konnten aber leider aus zeitlichen Gründen nicht ausdiskutiert werden. Hier sollte in Zukunft aenua Zeit einaeolant werden.

# Nachhaltiger Konsum vor Ort

GRÜNBlick



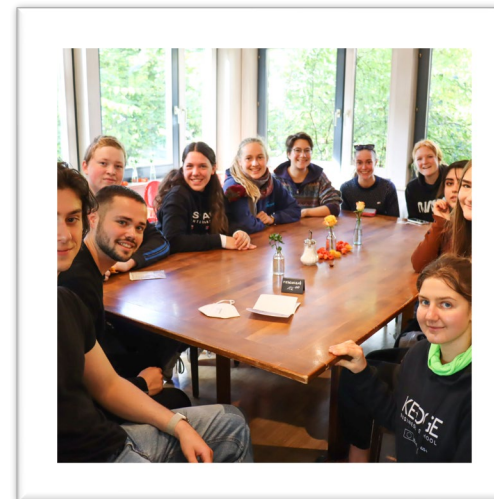
Für den Durchblick bei nachhaltigen Berufen

## Kreativ Workshop - Nachhaltiger Wandel im ländlichen Raum

Mit diesem Thema befassten wir uns im folgenden Workshop. Am Beispiel des aktuell in der Gründungsphase befindlichen Verein „RegiNa – RegionalNachhaltig“ stellte Michael Zoeller die Herausforderungen bei der Gründung eines regionalen, nachhaltigen Netzwerks vor.

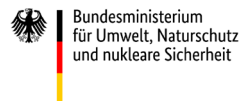
Hier wurde deutlich, dass – obwohl Nachhaltigkeit Thema in allen Medien ist, die Menschen im ländlichen Raum (unabhängig vom Alter) nur sehr schwer für das Thema Nachhaltigkeit zu gewinnen sind.

Im ersten Teil des Workshops ging es darum, losgelöst von jeglichen Einschränkungen Ideen zu entwickeln, wie man die Menschen in der Region für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren und sie einbinden kann. Im Workshop wurde eine umfangreiche Ideensammlung erarbeitet: ein Theaterstück zu nachhaltigen Themen, eine Mitmach-Werkstatt, ein Kommunikationsmobil, ein Marktplatz, ein Nachhaltigkeitsfest, eine Postkartenaktion oder Schulprojektwochen. Im zweiten Teil wurden einige ausgewählte Ideen kreativ und anschauliche weiter ausgearbeitet. So entstand der Entwurf eines gemeinschaftlichen Nachhaltigkeitstheaters und eines Nachhaltigkeitsfests.



Webseite RegiNa: <https://www.regina-regionalnachhaltig.de/>

Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.



## Digitales Workcamp – Nachhaltiger Konsum

Thematisch startete die digitale Version des Workcamps mit der digitalen Form des SDG Workshops. Unterstützt wurde der Workshop mit einem „Padlet“, das im Anhang beigefügt ist. Hier teilten sich die Teilnehmer\*innen in Kleingruppen auf und diskutierten jeweils drei der 17 Nachhaltigkeitsziele zum Thema nachhaltiger Konsum. Die Gedanken und Ergebnisse wurden live online festgehalten und im Nachhinein den anderen Gruppen vorgestellt.

Der Kontext der SDGs und deren Relevanz in der politischen und unternehmerischen Praxis wurde dann für die Teilnehmer\*innen im Laufe des Workcamps immer deutlicher, da bei den einzelnen Workshops oft ein Bezug dazu hergestellt wurde.

## Planspiel zum SDG 12 – Nachhaltiger Konsum

Zur Vertiefung des Themas Nachhaltiger Konsum schaltete sich Johannes Dolderer dazu. Auf Grundlage eines vorbereiteten Mural-Boards spielten die Teilnehmer\*innen ein Planspiel zum Thema Gemeinwohlökonomie und Ressourcenverbrauch. Dabei konnten die Jugendlichen mit ihrer imaginären Firma verschiedene Spielzüge bzw. Aufträge ausführen, die ihrem Unternehmen unterschiedlich viel Geld einbrachten. Je mehr Geld diese Aufträge brachten, desto höher war der Verbrauch an Ressourcen und der langfristige Umweltschaden.

Das Ziel dieses Spiels war es, eine gute Balance zwischen eigenem Gewinn und dem Verbrauch an Ressourcen zu finden.

Webseite Zerowasteyourlife: <https://www.zerowasteyourlife.de/>

## Zero Waste your Life

Laura Grothenrath von „zero waste your life“ gab einen Einblick in ihr Start up Unternehmen. Sie erläuterte die Idee die hinter „zero waste your life“ steht und gab den Teilnehmer\*innen sowohl allgemeinen Input zum Thema zero-waste als auch stellte die alltagsnahe Umsetzungsmöglichkeiten von zero-waste vor, z.B. die Verwendung eines Bienenwachstuches anstelle von Frischhaltefolie.

Anschließend zeigte sie ihre Aufgaben als Gründerin und ihre Arbeit mit Firmen auf, die sie zum Thema Nachhaltigkeit in der Praxis berät. Im zweiten Teil des Workshops wurde es konkret: Die Teilnehmer\*innen hatten vor dem Workcamp die Materialien für die Herstellung eines Bienenwachstuchs zugeschickt bekommen und konnten nun unter der Anleitung von Laura diese Tücher zuhause herstellen. Dadurch wurde das theoretische Thema direkt mit der Praxis verbunden und machte die Onlineveranstaltung zu einem Raum für kreative Interaktion.

## Nachhaltige Mode, Siegel & Greenwashing

Anna Rogun eine ehemalige Teilnehmerin eines Workcamps gab Einblicke in die Welt der nachhaltigen Mode, Siegel & Greenwashing. Konkret ging es um die Fragen:

- **Wie ist mein Konsumverhalten?**
- **Welche Siegel gibt es?**
- **Was ist Greenwashing in Verbindung mit Fashion?**
- **Welche Best Practice Beispiele gibt es?**

Zunächst bekamen die Teilnehmer\*innen eine Übersicht zum Thema Price Transparency, d.h. zu den Fragen wie sich der Preis eines üblichen Textils am Beispiel eines T-Shirts zusammensetzt und wer daran wie viel verdient. Beim Thema Greenwashing (gezieltes Marketing, um Produkte und Unternehmen nachhaltiger darzustellen, als sie es sind) stellte sie verschiedene Methoden vor, z.B. das Kreieren von eigenen Labels (Siegel), die keinen offiziellen Normen entsprechen. Auch wurde auf die unterschiedlichen Siegel & Zertifizierungen eingegangen (grüner Knopf, GOTS, C2C, Fair Wear etc.), die jeweils einen unterschiedlichen Fokus auf die Kriterien bei der Bewertung der Textilien legen.

Die Herausforderungen für die Konsument\*innen wurden deutlich: Intransparenz, fehlende Kontrollinstanzen oder unterschiedliche Standards, an denen sich die Siegel orientieren.

Webseite Salzwasser: <https://salzwasser.eu/>

Noch konkreter wurde der Startup-Prozess eines nachhaltigen Modelabels mit Lennart, einem der Mitbegründer von Salzwasser.eu. Sie haben zusätzlich zu ihrem nachhaltigen Unternehmen noch einen gemeinnützigen Verein für Umweltschutz gegründet, sodass der ökologische Impact fester Bestandteil des Geschäftsmodells wird. Auch ist die Transparenz einzigartig: Zu jedem Produkt werden der Impact, die Materialien, Nachverfolgbarkeit und der Bezug zur Kreislaufwirtschaft geprüft, sowie im Detail aufgeschlüsselt, wer von dem Kaufpreis wie viel bekommt.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

## Kaffeerösterei Agáta

Zum Thema Kaffee schaltete sich Elisabetta Epping-Rossi dazu, Gründerin der Rösterei & Cafe Agata. Sie sprach über die globalen Zusammenhänge von Kaffee, Klimawandel und Flucht & Migration in Südamerika. Das Konzept von Agatá ist besonders interessant, da bei diesem Start-up der Fokus auf fairen Kaffee mit sehr kurzen Lieferketten gelegt wird. Die Gründer sind regelmäßig in direktem Austausch mit den Kaffee Bauern und legen besonderen Wert darauf, diese fair zu behandeln und zu bezahlen. Deshalb wird der Kaffee von den Bauern direkt nach Deutschland in die Rösterei geliefert, um Zwischenhändler aus Kostengründen möglichst auszuschließen und um zusätzliche Transportwege zu sparen.

## Unverpacktladen Mannheim

Vom Unverpacktladen Mannheim schaltete sich die Geschäftsführerin Priska Epping dazu, die das Konzept und Geschäftsmodell ihres Unverpacktladen vorstellte. Sie erläuterte die Herausforderungen und Chancen eines Unverpacktladens gegenüber Supermärkten und anderen Anbietern. In diesem Kontext wurde auch wieder das Thema „zero waste“ aufgegriffen.

Webseite Agáta: <https://agata-kaffee.de/>

Webseite Priska´s Unverpacktladen: <https://www.eddies-mannheim.de/>

Webseite Sebastian Biehler Catering: <https://sebastian-biehler.jimdosite.com/>

## Deutscher Filmpreis – LOLA

Clemens Arnold von 2bedifferent referierte über Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche am Beispiel der Deutschen Filmprizes. Dabei gab er Einblicke in die Möglichkeiten, Großveranstaltungen nachhaltig zu gestalten, beispielsweise mit nachhaltigem Catering, wiederverwendbaren Rotem Teppich und Requisiten.

## Nachhaltige Ernährung

Der ausgebildete Koch, Entrepreneur und nachhaltige Caterer Sebastian Biehler gab den Teilnehmer\*innen Einblicke in die Themen nachhaltige Ernährung. Der Schwerpunkt lag auf den Themen vegane, vegetarische & benetarische Ernährung (Insektenbasierte Ernährung). Vor dem Workcamp bekamen alle Teilnehmer\*innen einen Umschlag mit einem Protein-Riegel, der aus Insekten hergestellt wurde. Bei der insektenbasierten Ernährung handelt es sich um einen Versuch, proteinhaltige Lebensmittel ökologischer zu gewinnen, da die Zucht und Haltung von Insekten wesentlich weniger CO<sup>2</sup>-Emissionen produziert als die herkömmliche Tierhaltung.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

## Abfallwirtschaft bei Metabolon

Als nächstes gab es einen interessanten Einblick in die Werkstoffbranche, mit einem Vortrag des Entsorgungszentrums Leppe in NRM. In dem Vortrag wurde klar, was der Konsum der Gesellschaft für Auswirkungen hat und welche Schwierigkeiten er für jene, die sich um die „Reste“ kümmern, mitbringt. Stets neue Regulierungen aus der Politik machen es dem Entsorgungszentrum nicht leicht, effizient zu wirtschaften, sind jedoch umso wichtiger, um die Umwelt möglichst wenig zu belasten. Sie suchen auch immer wieder nach Abnehmern von sortiertem Werkstoff, um somit die Kreislaufwirtschaft zu fördern.

## Wandercoaching zur Berufsorientierung

Der letzte Workcamp-Tag mit dem Wandercoaching fand in der Natur statt und war nur für wenige Input online. Die Teilnehmer\*innen wurden von den zwei professionellen Wandercoaches Julia und Juli von movingmountains.eu angeleitet und arbeiten teilweise in der Gesamtgruppe und teilweise in Kleingruppen. Bei den Coachingeinheiten, die in der Natur stattfanden, telefonierten die Teilnehmer\*innen miteinander und tauschten sich über ihre Berufswünsche und ihre individuellen Talente in Peer-to-Peer- Coachings aus. Trotz der digitalen Umsetzung war das Coaching für die Teilnehmer\*innen eine gute Möglichkeit, sich unabhängig von alltäglichen Herausforderungen - z.B. Erwartungen des sozialen Umfelds - mit ihrem Berufsweg auseinanderzusetzen.

Webseite Metabolon: <https://www.bavweb.de/-metabolon/>

Webseite Moving Mountains: <https://movingmountains.eu/>



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.



Quelle: Grünblick, Starkmacher e.V.

## Inhaltsverzeichnis

- Feedback der Teilnehmer\*innen
- Feedback der Mitarbeiter\*innen und Lernortleitung
- Nützliche Links & Materialien
- Grünblick Heft
- FAQ mit Antworten des Grünblick-Teams



# Feedback der Teilnehmer\*innen

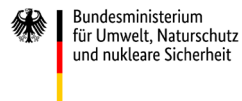


## Das kam mir zu kurz:

- Kontakt/Arbeit mit den Tieren
- In manchen Themen in die Tiefe zu gehen
- Mehr praktische Berufe bzw. wie man zu den Berufen kommt

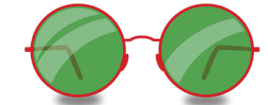
## Das war gut:

- Das Gruppenklima
- Freiräume
- Die Umgebung zu erkunden
- Viele spannende und passende Referent\*innen
- Die Möglichkeit, über spannende Themen zu diskutieren



# Feedback der Mitarbeiter\*innen und Lernortleitung

GRÜNBlick



Für den Durchblick bei nachhaltigen Berufen

## 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?

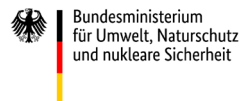
- Möglichst jung und nah an der Zielgruppe
- Persönlichen Kontakt aufbauen, um ein Gefühl zu der Person zu bekommen
- Detailliertes Briefing für alle, um Erwartungen und Verantwortungen zu klären

## 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

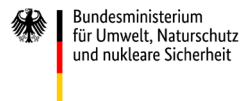


## Art und Weise der Vermittlung von Nachhaltigkeit:

- 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.gruenblick.starkmacher.eu](http://www.gruenblick.starkmacher.eu)

Feedback Fragebogen <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSegPKC3C-2J4BxVzzBlyBullzfXXTC3jJelnytlQpHxH-ur-g/viewform>

Gruppenarbeit: SDG Workshop <https://padlet.com/Starkmacher/axtobqivtrv67j1n>

Werbevideo <https://www.youtube.com/watch?v=OPbzXABN65E>

Aftermovie <https://www.youtube.com/watch?v=HSNNfbwLj9Y>

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: Wärest 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?

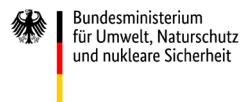
SDG 13 – Klimaschutz und Anpassung: Das kann ich für den Klimaschutz tun:

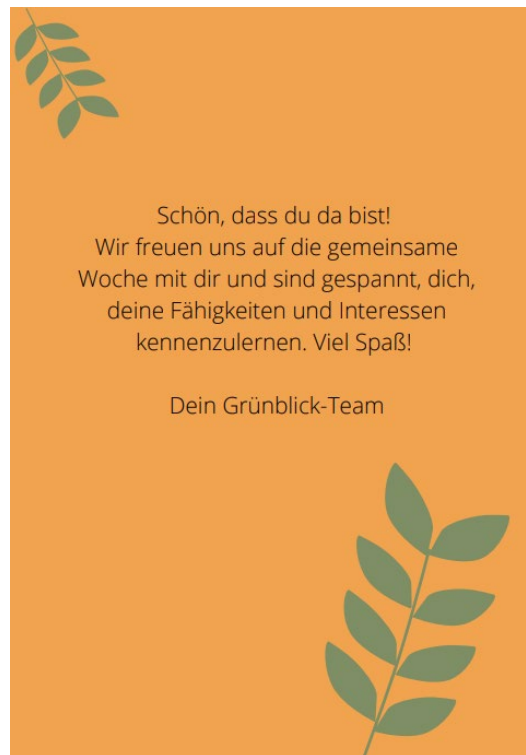
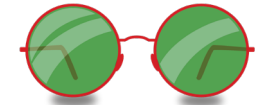
SDG 14 – Leben unter Wasser: Kennt ihr Initiativen zum Schutz von Gewässern in eurer Nähe?

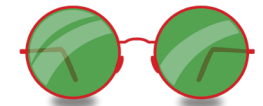
SDG 15 – Leben an Land: Welche Ideen habt ihr, wie man unsere Ökosysteme mehr schützen und erhalten kann?

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 Schulferien 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](http://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 beachtet das Workcamp **Landwirtschaft**.

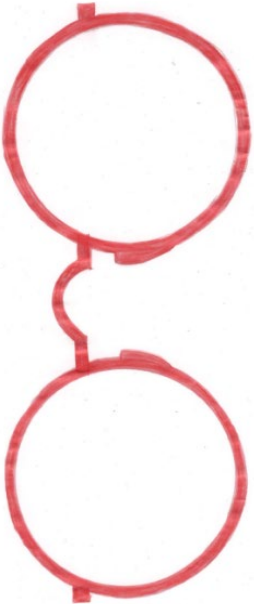
Das Workcamp **Ernährung** setzt sich mit bewusster Ernährung, dem Einfluss von bewusster Ernährung auf die Umwelt und den damit verbundenen Berufsmöglichkeiten auseinander.

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





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:

---



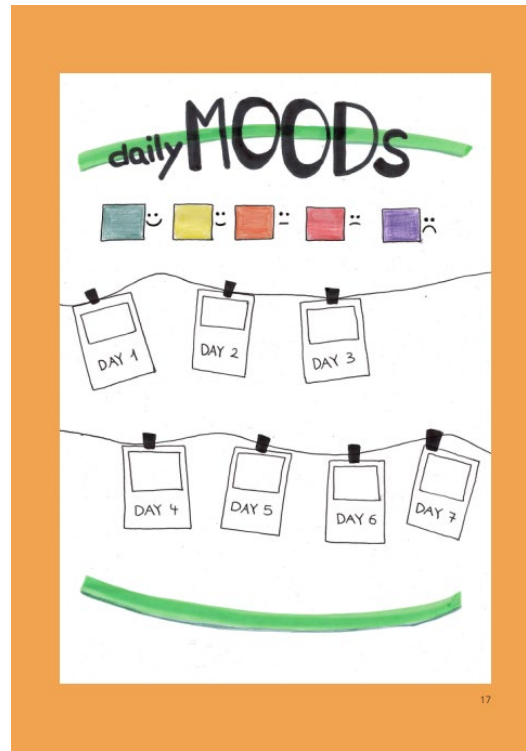
---



---



16



17

Spannend heute war:

---



---

Eine neue Erfahrung für mich war...

---



---

Ich hätte nie gedacht, dass...

---



---

Das möchte ich morgen ausprobieren:

---



---

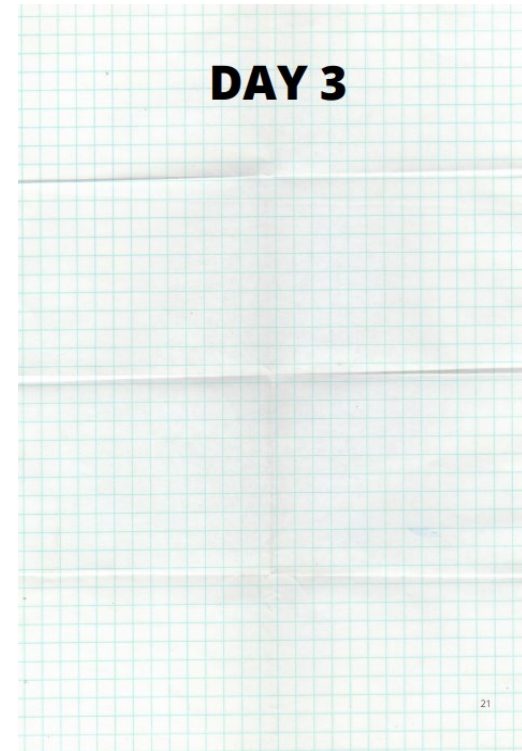
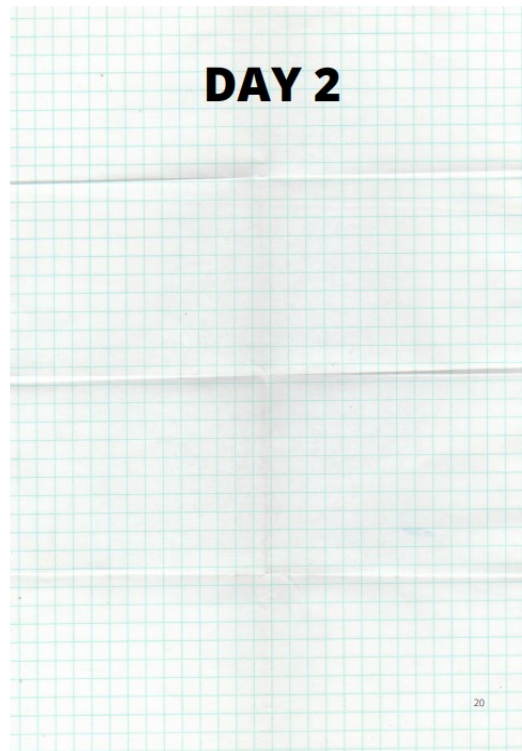
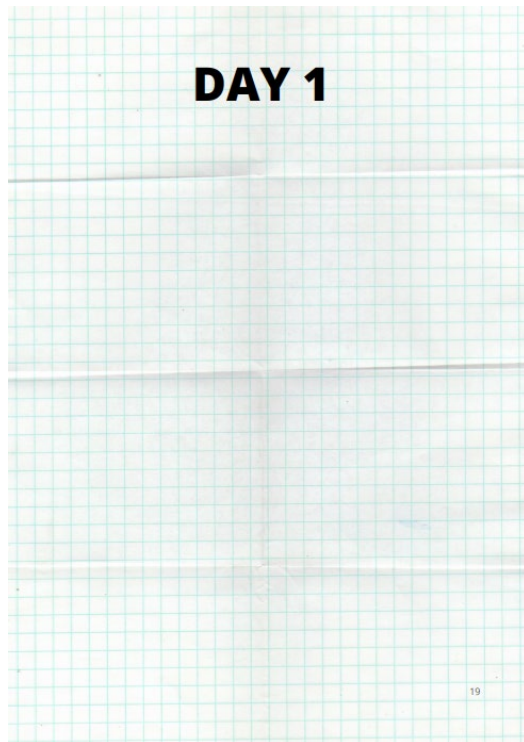
Das konnte ich heute einbringen:

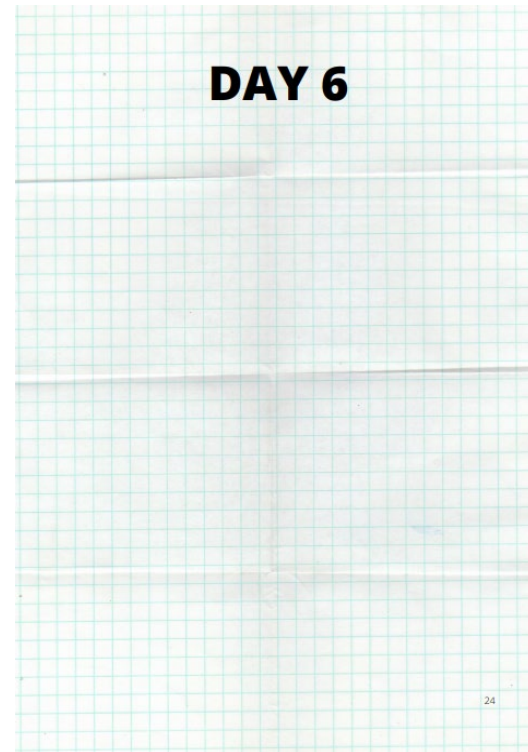
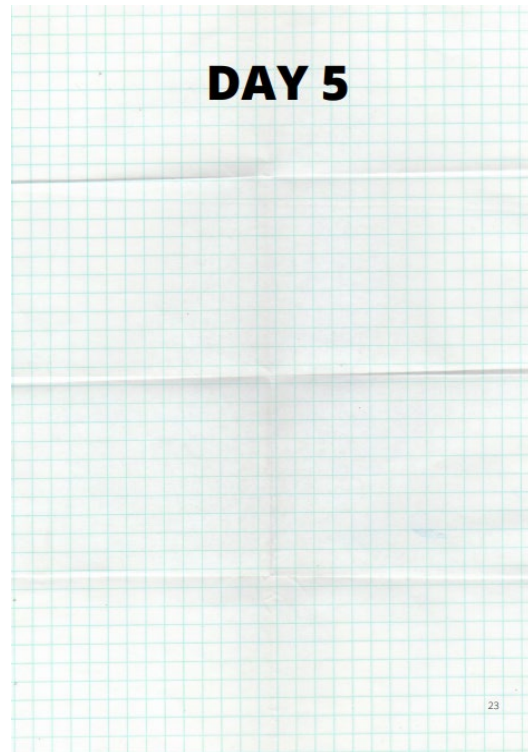
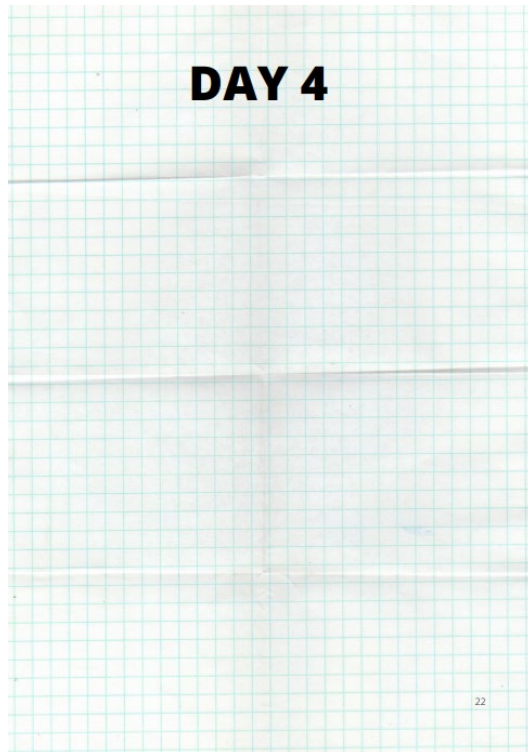
---

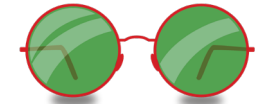


---

18







## DAY 7

25

## Wandercoaching

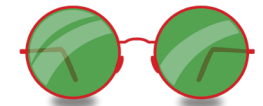
26

## 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

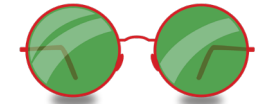


## Das Projekt wird gefördert durch

Das Projekt „Grünblick“ wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung befördern. 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:

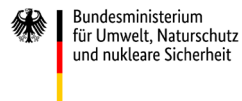
Vorstand: Christian Röser  
Stellvertretender Vorstand: Nicolas Bosch  
Stellvertretender Vorstand: Johannes Epping

### 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](http://www.gruenblick.de)  
Instagram: gruen\_blick



# FAQ mit Antworten des Grünblick Teams



## 1. Wie wählt man Referent\*innen/Expert\*innen 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?

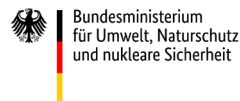
- Recherche über aktuelle Trends und relevante Themen für die Zielgruppe
- Aktuelle politische, gesellschaftliche Themen über z.B. Social Media im Blick halten
- Umfragen (über Instagram starten) und die Teilnehmer\*innen nach deren Interessen fragen
- Nach den Bedürfnissen und Themen der Teilnehmer\*innen 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

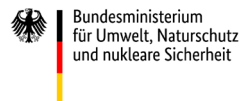
Es ergibt Sinn folgende Informationen bei der Anmeldung abzufragen:

- 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

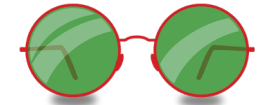
Am besten sind Jugendliche über Social Media wie z.B. WhatsApp/Telegram und Instagram zu erreichen. Es ergibt Sinn eine Handynummer als Kontakt anzugeben, um für Fragen erreichbar zu sein. Auch können Gruppenchats mit allen Teilnehmer\*innen gegründet werden, sodass häufige Fragen dort geklärt werden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

