bwp@ Spezial HT2023 | Januar 2024

Hochschultage Berufliche Bildung 2023

20.-22. März 2023 an der Universität Bamberg

Hrsg. v. **Karl-Heinz Gerholz, Silvia Annen, Rita Braches-Chyrek, Julia Hufnagl & Anne Wagner**

Detlef BUSCHFELD & Lukas MENZER
(Universität zu Köln)

Wer? Wie? Was? Warum? – Wir (be-)fragen potenzielle Handwerksauszubildende und Studierende zu ‚Nachhaltigkeit & Beruf'

Online unter:

https://www.bwpat.de/ht2023/buschfeld_menzer_ht2023.pdf

www.bwpat.de | ISSN 1618-8543 | *bwp@* 2001–2024

Herausgeber von *bwp@* : Karin Büchter, Franz Gramlinger, H.-Hugo Kremer, Nicole Naeve-Stoß, Karl Wilbers & Lars Windelband

Berufs- und Wirtschaftspädagogik - *online*

bwp@

www.bwpat.de

DETLEF BUSCHFELD & LUKAS MENZER
(Universität zu Köln)

Wer? Wie? Was? Warum? – Wir (be-)fragen potenzielle Handwerksauszubildende und Studierende zu ‚Nachhaltigkeit & Beruf'

Abstract

Der Fachkräftemangel und die Notwendigkeit nachhaltigkeitsbezogener Transformationen der betrieblichen Leistungsprozesse stellen gegenwärtig sowie perspektivisch zwei der zentralen Herausforderungen für Wirtschaftssegmente und die darin eingefassten Unternehmen dar. Insbesondere Handwerksbetriebe sind als personalintensive Wirtschaftseinheiten in Folge der Mangellage gefährdet. Gleichzeitig erlangt Nachhaltigkeit der öffentlichen Wahrnehmung nach insbesondere bei Jugendlichen steigende Bedeutung, wobei sich aus dieser Gruppe angehende Fachkräfte entwickeln. Die Verknüpfung dieser beiden Tendenzen erscheint unter der Perspektive der Gewinnung von Fachkräften aussichtsreich, so denn die Zielgruppe Nachhaltigkeit tatsächlich einen hohen Stellenwert beimisst. Ziel der durchgeführten Studie war es, die Haltung potenzieller Auszubildender im Handwerk zu Nachhaltigkeit im Allgemeinen und der Trias der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie, Soziales) im Speziellen in Bezug auf die Ausbildungsbetriebswahl zu ergründen. Hierzu wurden in vier Klassen der höheren Berufsfachschule mit technischem Schwerpunkt und bei Studierenden Mixed-Methods-Erhebungen bestehend aus einer Item-Abfrage in Verbindung mit Kleingruppendiskussionen durchgeführt. Dieser Beitrag stellt zunächst die Erhebungskonzeption und deren Ergebnisse dar. Im Anschluss werden Kommunikationspotenziale zur nachhaltigkeitsbezogenen Ansprache potenzieller Fachkräfte und daraus resultierende Handlungslinien zur Fachkräftegewinnung für Handwerksbetriebe aufgezeigt. Dabei wird sich zeigen, dass das Werben mit betrieblicher Nachhaltigkeit als Selbstzweck wenig erfolgsversprechend erscheint, spezifische Aspekte von Nachhaltigkeit jedoch Schnittmengen zu Erwartungen und Aspirationen der Zielgruppe aufweisen.

Who? How? What? Why? – We survey potential apprentices in craft and college students about 'sustainability & profession'

The shortage of skilled workers and the need for sustainability-related transformations of enterprise performance processes represent two of the central challenges for economic segments and the companies included in them, both now and in the future. As personnel-intensive economic units, craft enterprises in particular are at risk as a result of the shortage. At the same time, according to public perception, sustainability is becoming increasingly important, especially among young people, with future skilled workers developing from this group. Connecting these two trends appears promising from the perspective of attracting skilled workers, provided that the target group actually attaches great importance to sustainability and also incorporates it as a guiding principle when making profession-related decisions. The aim of the study was to investigate the attitudes of potential apprentices in craft toward sustainability in general and the triad of sustainability (ecological, economic, social) in particular with regard to the choice of training company. For this purpose, mixed-methods surveys consisting of an item survey in combination with small group discussions were conducted in four classes of higher

vocational schools with a technical focus and among students. This paper first presents the survey design and its results. Subsequently, communication potentials for sustainability-related addressing of potential skilled workers and resulting lines of action for the recruitment of skilled workers for craft enterprises will be shown. It will be shown that advertising with corporate sustainability as an end in itself does not appear to be very promising, but that specific aspects of sustainability do overlap with the expectations and aspirations of the target group.

***Schlüsselwörter**: Nachhaltigkeit, Ökologie, Fachkräftegewinnung, Handwerk*

1 Einleitung

Der Fachkräftemangel und die nachhaltige Transformation sind zwei der zentralen Herausforderungen, denen sich nahezu alle Segmente der Wirtschaft stellen müssen. Das Handwerk als personalintensiver Wirtschaftsbereich ist besonders von der Mangellage betroffen und wird zunehmend davon betroffen sein. Zugleich erfährt in der öffentlichen Wahrnehmung der Jugendlichen deren Einstellung zu Nachhaltigkeit eine hervorgehobene Bedeutung, wobei eben diese Gruppe die zukünftigen Fachkräfte stellt. Gelingt eine Verknüpfung dieser beiden Tendenzen, können Fachkräfte durch das Vorantreiben nachhaltiger Entwicklung im Handwerk in Verbindung mit nachhaltigkeitsbezogener Kommunikation gewonnen werden und Betriebe infolgedessen beiden Herausforderungen gemeinsam begegnen. Voraussetzung ist, dass die Zielgruppe Aspekten der Nachhaltigkeit tatsächlich einen hohen Stellenwert in konkreten beruflichen Entscheidungen beimisst und diesen auch bei beruflichen Entscheidungen handlungsleitend einfließen lässt. Ziel dieser Studie ist, die Haltung potenzieller Auszubildender im Handwerk zur Trias von ökologischer, ökonomischer und sozialer Dimension der Nachhaltigkeit im Kontext der Wahl eines Ausbildungsbetriebs zu ergründen. Kontrastierend dazu werden die Aussagen von Studierenden in frühen Phasen ihres Bachelorstudiums erhoben. Die zugrundeliegenden Forschungsfragen lauten:

Welchen Einfluss haben nachhaltigkeitsbezogene Aspekte bei potenziellen Auszubildenden im Handwerk auf die Auswahl ihres Ausbildungsbetriebs? Wie kann das Handwerk auf diese Aspekte bei der Ansprache von Fachkräften eingehen?

Hierzu wird zunächst das dieser Studie zugrunde gelegte Verständnis von Nachhaltigkeit und das Studiendesign expliziert. Im Anschluss werden die Ergebnisse der Erhebung dargestellt und ausgehend von der nachhaltigkeitsbezogenen Eigenverortung des Handwerks potenzielle Handlungslinien zur Akquise von Fachkräften aufgezeigt.

2 Was bedeutet ‚Nachhaltigkeit'?

Nachhaltigkeit ist als eines der bedeutenden Themen der Gegenwart, bezogen auf beinahe alle gesellschaftlichen Bereiche in aller Munde und wird zugleich „von einem Sog der begrifflichen Unschärfe [sowie] der inhaltlichen Unabschätzbarkeit […] erfasst" (Richter 2005, 257). Um

die Ergebnisse dieser Studie sowie die abgeleiteten Handlungslinien dennoch in einen deutlicheren Rahmen zu fassen, nehmen wir zunächst eine begriffliche Klärung von *Nachhaltigkeit* vor.

Die gegenwärtige Ausdifferenzierung des Begriffs, die auch dieser Studie zugrunde liegt, erfolgt entlang der drei Dimensionen *Ökologie, Ökonomie* und *Soziales* (vgl. Pufé 2017, 58ff.). Nachhaltigkeit ist dementsprechend entgegen der landläufig oft vertretenen Auffassung kein ausschließlich ökologisch besetzter Begriff. Gleichwohl ist unstrittig, dass die Aufrechterhaltung der Funktionen des Ökosystems die notwendige Grundlage menschlichen Lebens und das Erreichen dieses Ziels fundamental für eine nachhaltige Entwicklung ist. Im Sinne einer intra- und intergenerationalen Gerechtigkeit sind soziale sowie ökonomische Aspekte in Entscheidungsprozesse zur nachhaltigen Entwicklung zu integrieren (vgl. von Hauff 2021, 15). Die drei Dimensionen *Ökologie, Ökonomie* und *Soziales* sind insofern in ein Gleichgewicht zu bringen, als dass „die Wirtschaft […] sich nicht auf Kosten von Umwelt und Gesellschaft entwickeln" (Pufé 2017, 99) darf und „die Lösung ökologischer Probleme nicht zu ökonomischen und sozialen Risiken" (ebd.) führt. Dieses ganzheitliche Nachhaltigkeitskonzept wird gegenwärtig zumeist durch Variationen des Drei-Dimensionen-Modells verdeutlicht (vgl. von Hauff 2021, 17). Zunächst gilt es jedoch, die drei Dimensionen genauer zu betrachten.

Die maßgebliche Zielsetzung unter der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit ist die „Nutzung eines [natürlichen] Systems, in einer Weise, dass dieses in seinen wesentlichen Eigenschaften dauerhaft erhalten bleibt" (Pufé 2017, 100). Infolge der negativen Auswirkungen der Menschheit auf das Ökosystem in Form des Raubbaus von Ressourcen, des Ausstoßes schädlicher Emissionen und großflächigen umformenden Eingriffen müssen Produktionsweisen und Konsumverhalten so umgestaltet werden, dass die Kapazitätsgrenzen der Natur nicht (weiter) überschritten werden (vgl. von Hauff 2021, 36). Als Konsequenz dessen, dass gegenwärtige Ausformungen menschlichen Konsums über gesellschaftlich verallgemeinerbare Aspirationen eines zufriedenstellenden Lebens hinausgehen, erscheint deren paradigmatische Veränderung unter der ökologischen Dimension geboten (vgl. Pufé 2017, 124). Hierzu sind Produktionsprozesse effizienter zu gestalten und darauf auszurichten, keine negativen Auswirkungen auf die Natur nach sich zu ziehen (vgl. Pufé 2017, 126) und den institutionalisierten Zwang zum stetigen Wirtschaftswachstum zu begrenzen (vgl. von Hauff 2021, 70).

Hier werden Schnittmengen der drei Dimensionen deutlich, da die Ausführungen zur Ökologie weit in die ökonomische Dimension hineinreichen. Ziel der ökonomischen Dimension ist es, „die Wirtschaftskraft zu stärken, um die Aufrechterhaltung einer […] gewünschten Lebensqualität im Zeitablauf zu erreichen" (von Hauff 2021, 37). Auch dies sei nur erreichbar, indem Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch durch geeignete Strategien nachhaltiger Entwicklung entkoppelt werden (vgl. Pufé 2017, 101f.). Insofern setzt ökonomische Nachhaltigkeit zwar weiterhin Wachstum zur Wohlstandsmehrung voraus, fasst darunter jedoch kein ökonomistisches, sondern ein zeitlich überdauerndes, inklusives und gerechtes Wachstum, das die nachhaltige Nutzung des Ökosystems und die Reduktion von Ungerechtigkeit unter sich vereint (vgl. UNGA 2012,1). Der darin eingebettete Wohlstandsbegriff ist dementsprechend kein rein

materieller, sondern setzt den Fokus auf die allgemeine Lebensqualität aller Individuen (vgl. von Hauff 2021, 37).

Die gerechte Verteilung eben dieses materiellen sowie immateriellen Wohlstandes ist Gegenstand der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit. Wobei immaterieller Wohlstand Handlungschancen meint, die insbesondere für benachteiligte Individuen oder Personengruppen ausgebaut werden sollen, um ihnen gesellschaftliche Partizipation zu ermöglichen und den Zusammenhalt der Gesellschaft aufrechtzuerhalten sowie zu stärken (vgl. von Hauff 2021, 39f.). Den Fortbestand gesellschaftlicher Strukturen zu sichern, ist das übergreifende Ziel dieser Dimension (vgl. Pufé 2017, 102), sodass jeder Person ermöglicht wird, in einer Gesellschaft eingebettet in Selbstbestimmtheit und Würde zu leben (vgl. von Hauff 2021, 39). Hierzu müssen „akzeptable Lösung[en] der Verteilungsprobleme zwischen Regionen, zwischen sozialen Schichten, Geschlechtern und Altersgruppen und Lösungen des Problems kultureller Integration von Zugehörigkeiten und Identitäten“ (Fischer-Kowalski 1995, 5 zitiert nach: von Hauff 2021, 40) entwickelt werden.

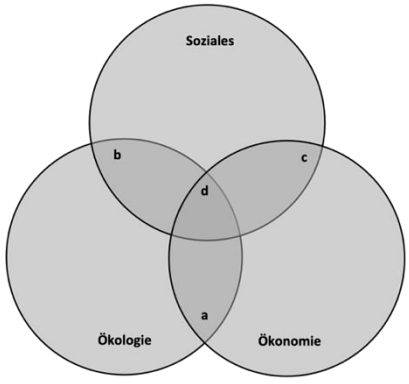


Abbildung 1: Schnittmengen-Modell (eigene Darstellung)

Das Konzept nachhaltiger Entwicklung in Form der Integration und Äquilibrierung der drei Dimensionen angesichts deren Interdependenzen, lässt sich durch verschiedene Modelle abbilden (vgl. Kanning 2022, 9). Dieser Studie wird das Schnittmengen-Modell zugrunde gelegt (s. Abb. 1). Der zugrundeliegende Gedanke dabei ist, dass viele nachhaltigkeitsbezogene Aspekte nicht exklusiv einer Dimension zugeordnet werden können, sondern auf mehrere Dimensionen wirken (vgl. Pufé 2017, 112). In diesem Sinne können folgende Dimensions-Kombinationen unterschieden werden:

a) ökologisch-ökonomisch

b) sozial-ökologisch

c) sozial-ökonomisch

d) sozial-ökologisch-ökonomisch

Das Verständnis von nachhaltiger Entwicklung als Verschränkung der drei Dimensionen zeigt sich auch in der Konzeption der Agenda 2030 sowie der darin formulierten Sustainable Development Goals (SDG) und wird durch diese entlang der zugrundeliegenden Kernbotschaften (*People, Planet, Prosperity, Peace & Partnership*) konkreter ausgestaltet (vgl. von Hauff 2021, 197f.).

3 Darlegung der Erhebungsmethodik

Die im Rahmen dieser Studie durchgeführte Erhebung folgt einem mehrstufigen multimethodischem Aufbau. Dabei erfolgen – nach einer initialen Erörterung der SDG und den drei Dimensionen – Item-Abfragen über Zielscheibe und Gruppendiskussionen. Da das Forschungsinteresse auf die Haltung sowie die Bedeutungszuschreibungen der Zielgruppe gerichtet ist, wurde eine überwiegend qualitative Erhebungsmethodik gewählt, da qualitative Ansätze insbesondere geeignet sind, um Zugang „zu den subjektiven Sichtweisen, den Handlungsorientierungen […] der Akteure […] sowie zu gruppen- und kulturbezogenen Normen" (Kelle/Reith/Metje 2017, 49) zu erhalten. Die Durchführung der Erhebung erfolgte in vier Klassen eines technisch ausgerichteten Berufskollegs. Die Proband*innen sind Schüler*innen der *3-jährigen Berufsfachschule* mit dem fachlichen Schwerpunkt *Metalltechnik* sowie Schüler*innen der *2-3-jährigen Berufsfachschule für Ingenieurtechnik*. Der Bildungsgang *Berufsfachschule für Ingenieurtechnik* beinhaltet die Möglichkeit zur Wahl eines Schwerpunktes aus *Maschinenbau-*, *Elektro-* oder *Bautechnik*. Die Item-Abfrage wurde zusätzlich bei Studierenden in einer Einführungsvorlesung zur Betriebswirtschaftslehre für Nicht-BWLer*innen durchgeführt. Aufgrund der Ausrichtung der Vorlesung setzte sich die befragte Zielgruppe aus Studierenden eines breiten Spektrums unterschiedlicher Disziplinen von der Wirtschaftsmathematik zu den Medienwissenschaften zusammen, wodurch ein Überblick über die Positionen verschieden geprägter Studierender möglich wird.

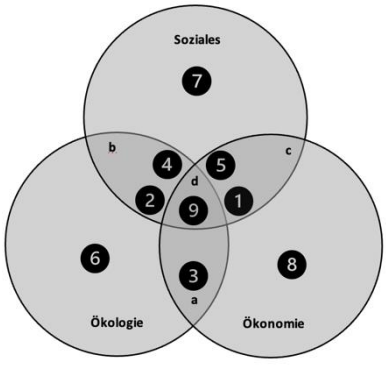


Abbildung 2: Zuordnung der Items zu den Dimensionen

Die erste Erhebungsebene dieser Studie bildet die Zielscheiben-Methode. Diese soll Aufschluss über die individuellen Einstellungen in Bezug auf die Dimensionen der Nachhaltigkeit geben und die Ableitung von Priorisierungsmustern zur betrieblichen Nachhaltigkeit ermöglichen. Die Items der Zielscheibe sind jeweils einer oder zwei Nachhaltigkeitsdimensionen zuzuordnen – mit Ausnahme des Items 9, das sich in Anlehnung an das entsprechende SDG über alle

Dimensionen erstreckt (s. Abb. 2). Die Skalierung der Zielscheibe ist in zwei weitere Kreise unterteilt (s. Anhang 1), in denen Proband*innen jeweils drei Bepunktungen vornehmen. Durch die Bepunktung im inneren Kreis markieren Proband*innen die Aspekte, die ihnen unwichtig sind. Je näher am Zentrum der Zielscheibe bepunktet wird, desto unwichtiger wird der entsprechende Aspekt beurteilt. Im äußeren Kreis markieren Proband*innen die ihnen wichtigsten Aspekte. Je weiter außen bepunktet wird, desto wichtiger ist der Aspekt für den/die Proband*in. Diese Skala wird nicht weiter unterteilt, da nur die relative Position der Punkte einer befragten Person zueinander von Bedeutung ist, um individuelle Priorisierung zu ermöglichen. Die Auswertung der Erhebung erfolgt auf Grundlage einer visuellen Auswertung der dominanten Bereiche der Bepunktung sowie der personenbezogenen Bepunktungsmuster.

Auf der zweiten Ebene werden Gruppendiskussionen eingesetzt, um die Motive der innerhalb der Item-Abfrage vorgenommenen Priorisierung zu ergründen (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014, 89). Dabei wird eine Fallvignette als Gegenstand der Diskussion eingesetzt, die sich als Entscheidungssituation zwischen zwei Ausbildungsbetrieben mit verschiedenen nachhaltigkeitsbezogenen Merkmalen gestaltet (s. Anhang 2). Die Kleingruppen handeln aus, welchen der beiden Betriebe sie als Gruppe unter Einbezug ihrer persönlichen Haltungen empfehlen würden. Zur Dokumentation sowie weiterführenden Auswertung wurden Audioaufzeichnungen der Kleingruppendiskussionen angefertigt und protokollarisch transkribiert.

4 Wie positionieren sich potenzielle Auszubildende im Handwerk zur Nachhaltigkeit?

4.1 Positionsbestimmung durch Zielscheiben – Schüler*innen

Bei allgemeiner Betrachtung der Punkteverteilung (s. Anhang 3) zeigt sich zunächst, dass die meisten Items jeweils von einer deutlichen Mehrheit der Proband*innen als wichtig bzw. unwichtig bezüglich der Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb beurteilt wurden. Lediglich bei Item 6 ist die Verteilung der Punkte beinahe paritätisch. Die darin eingefassten Aspekte erscheinen daher innerhalb der Zielgruppe am kontroversesten. Aufgrund dieser eher homogenen Bepunktung der meisten Items, wird im Folgenden zunächst die Gesamtverteilung der Punkte über die Items analysiert, um daraus Schlussfolgerungen über die Verortung der Gesamtheit der Befragten in Bezug auf die Dimensionen der Nachhaltigkeit ableiten zu können. Anschließend werden erkennbare Zusammenhänge zwischen den Items anhand der individuellen Bepunktungen der Proband*innen beschrieben und deren Implikationen reflektiert.

Item/Zuordnung	Mir ist wichtig, dass…
Item 1: sozial / ökonomisch	…ein Betrieb sich an Fortbildungen von Mitarbeiter*innen finanziell beteiligt. (Beispiel: Ein Betrieb übernimmt für Auszubildende die Kosten für Nachhilfeunterricht)
Item 2: sozial / ökologisch	…ein Betrieb darauf achtet, dass auch umweltverträgliche Produkte, die nicht so schnell kaputt gehen, günstig angeboten werden. (Beispiel: Es werden Produkte angeboten, die weniger Energie verbrauchen
Item 3: ökonomisch/ ökologisch	…ein Betrieb darauf achtet, ob Dinge noch verwendet werden können, bevor sie in die Mülltonne geworfen werden. (Beispiel: Man bemüht sich um Wiederverwertung oder Second Hand Nutzung)
Item 4: sozial/ökologisch	…ein Betrieb mich darin unterstützt, umweltfreundlich mobil zu sein. (Beispiel: Ein Betrieb bietet ein Job-Ticket für Bus und Bahn an)
Item 5: sozial/ökonomisch	…im Betrieb und bei Lieferanten faire Löhne gezahlt werden und sichere Arbeitsbedingungen eingehalten werden. (Beispiel: Mindestlohn, Bereitstellung von Schutzkleidung)
Item 6: ökologisch	…ein Betrieb die Umwelt schützt, auch wenn es hohe Kosten verursacht. (Beispiel: Der Betrieb trennt Müll und entsorgt Sondermüll sachgerecht)
Item 7: sozial	…in einem Betrieb alle unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Aussehen und Glauben, gleichbehandelt werden. (Beispiel: Frauen erhalten nicht weniger Lohn als Männer)
Item 8: ökonomisch	…ein Betrieb nicht immer kurzfristig auf den Gewinn achtet, sondern auch langfristig eine Krisenzeit überstehen kann. (Beispiel: Mitarbeiter*innen müssen auch in schwierigen Zeiten nicht gekündigt werden)
Item 9: sozial/ökonomisch/ ökologisch	…ein Betrieb mit anderen Betrieben aus der Region zusammenarbeitet und sich für eine lebenswerte Region einsetzt. (Beispiel: Ein Betrieb kümmert sich mit anderen Betrieben um die Modernisierung eines Jugendzentrums)

Abbildung 3: Items und deren Zuordnung

Die Items 1, 5, 7 und 8 wurden am häufigsten als wichtig bewertet, gleichzeitig wurden diese Items von einer jeweils deutlich geringeren Anzahl an Proband*innen als unwichtig bewertet, mit Ausnahme von Item 1.[1] Alle der genannten Items beschreiben Merkmale sozialer und/oder ökonomischer Nachhaltigkeit. Hier zeigt sich eine Präferenz der Proband*innen für diese beiden Dimensionen gegenüber der ökologischen Dimension. Dieser Implikation entsprechend wurden die Items 2, 3 und 4 signifikant häufiger als unwichtig beurteilt.[2] Dem entgegnend ist die Bepunktung von Item 6, das allgemeinen betrieblichen Umweltschutz beschreibt, auszuweisen, da es von zehn Proband*innen als wichtig markiert wurde. Item 9, das angelehnt an SDG 17 das Einbringen des Betriebes in regionale öffentliche Strukturen zur Ausformung eines lebenswerten Umfeldes beschreibt, wird von einer deutlichen Mehrheit der Befragten als

[1] **Item 1:** Hwichtig = 19, Hunwichtig = 9; **Item 5:** Hwichtig = 20; Hunwichtig = 3; **Item 7:** Hwichtig = 29, Hunwichtig = 6; **Item 8:** Hwichtig = 18, Hunwichtig = 5 [Anmerkung: Hi steht für die absolute Häufigkeit von i]

[2] **Item 2:** Hwichtig = 4, Hunwichtig = 14; **Item 3:** Hwichtig = 2, Hunwichtig = 19; **Item 4:** Hwichtig = 7, Hunwichtig = 21

unwichtig bepunktet ($H_{wichtig}$ = 2; $H_{unwichtig}$ = 21). Diese Beurteilung relativierend ist anzumerken, dass die Zielgruppe der Befragung an einer urban gelegenen Schule möglicherweise aufgrund der vielfältigen vorhandenen Angebote in einer Großstadt regionaler Entwicklung einen geringeren Stellenwert beimisst als Personen in ruraleren Regionen.

Bei der inhaltlichen Analyse der Bepunktungen wird deutlich, dass diejenigen Aspekte der Nachhaltigkeit am häufigsten als wichtig beurteilt wurden, die aus Sicht von Arbeitnehmer*innen unmittelbar positiv wirkende Effekte auf betriebliche Rahmenbedingungen und Abläufe beschreiben. In diesem Sinne erhielt Item 7, welches die Gleichbehandlung aller im Betrieb beschreibt, die meisten Bepunktungen im äußeren Bereich der Zielscheibe ($H_{wichtig}$ = 29). Dass die Mehrheit der Befragten einen Migrationshintergrund aufwies und infolgedessen mit hoher Wahrscheinlichkeit Diskriminierung erfahren hat, könnte sich dabei auf die Bepunktung dieses Items ausgewirkt haben. Den am zweithäufigsten als wichtig bewerteten Aspekt bildet die in Item 5 eingefasste faire Entlohnung innerhalb des Betriebs sowie entlang dessen Lieferkette in Verbindung mit Gewährleistung der Arbeitssicherheit. Unter allen mehrheitlich als wichtig beurteilten Items weist dieses Item zudem die geringste Kontroversität auf und scheint daher über die Gesamtheit hinweg relevant für die Auswahl eines Betriebes zu sein ($H_{wichtig}$ = 20; $H_{unwichtig}$ = 3). Daneben ist die Unterstützung der Angestellten bei deren Entwicklung durch Fortbildungen durch den Betrieb für eine Mehrheit der Befragten ein bedeutsames Merkmal, was sich an der Beurteilung des ersten Items zeigt ($H_{wichtig}$ = 19). Die zukunftsbezogene Komponente des Items deutet darauf hin, dass perspektivischen Gesichtspunkten bei vielen Proband*innen hohe Bedeutung zukommt. Dies gilt jedoch nicht für alle Proband*innen, da neun Befragte Item 1 als unwichtig beurteilten, wodurch sich in Bezug auf Bildung bzw. die Unterstützung des Betriebes hierbei ein kontroverses Bild zeigt. Ein weiteres Indiz für die hohe Bedeutung zukunftsgerichteter Aspekte der Betriebswahl ist Item 8, das die Berücksichtigung der Arbeitsplatzsicherheit bei betrieblichen Finanzierungsentscheidungen beschreibt. Dessen Bepunktung ($H_{wichtig}$ = 18; $H_{unwichtig}$ = 5) zeigt eine hohe Relevanz für die Befragten.

Auch Item 4 beschreibt in Form der Unterstützung der Angestellten hinsichtlich deren Mobilität einen für diese positiv wirksamen Aspekt, der jedoch mehrheitlich als unwichtig beurteilt wird ($H_{wichtig}$ = 7; $H_{unwichtig}$ = 21). Auch hier sollte die urbane Verortung der Befragung Beachtung finden, da die Angebote mobilitätsbezogener Infrastruktur in Großstädten tendenziell umfassender sind als in ländlichen Regionen, wodurch dieses Merkmal für mehrere Proband*innen womöglich einen geringen Vorteil darstellt. Diese Faktoren deuten zusammen mit der inhaltlichen Analyse der zumeist als unwichtig bepunkteten Items auf eine vordergründig am persönlichen Vorteil orientierte Bepunktung der Befragten hin. Item 2, das günstiges Anbieten langlebiger Produkte miteinschließt, Item 3, das die Wiederverwertung von Ressourcen aufzeigt und Item 9, das betriebliches Engagement für die Aufwertung der Region beschreibt, beinhalten der Gesellschaft unmittelbar, Individuen jedoch lediglich mittelbar zuträgliche Aspekte. Diese Items wurden von den Befragten mit geringer Kontroversität als unwichtig beurteilt.

Weitere Hinweise für das Vorherrschen dieses Motivs werden auch bei Betrachtung der individuellen Kombinationen der Bewertungen der Items sichtbar. Sozial-ökonomische sowie ökonomisch-soziale Bepunktungsmuster mit Bezug zum eigenen Vorteil aus Arbeitnehmenden-Perspektive sind unter den erkennbaren Mustern dominant. Bezüglich der individuellen Priorisierung innerhalb der eher homogenen Punkteverteilung über die Items ergeben sich dabei Unterschiede, was ein breiteres Spektrum konkreter intersubjektiver Präferenzausprägungen anzeigt. So bilden mehrfach auftretende Kombinationen die Priorisierung sozialer Aspekte vor ökonomischen Aspekten ab. Eine dieser Reihungen ist die Bepunktung des Item 7 als wichtigsten, Item 5 als zweitwichtigsten und Item 8 als drittwichtigsten Aspekt ($H_i = 3$). Diese Markierungsausprägung impliziert, dass diese Befragten fairer Behandlung sowie gerechter Entlohnung und damit gerechtigkeitskonnotierten Merkmalen die höchste Relevanz beimessen, während ökonomischer Nachhaltigkeit in Form eines sicheren Arbeitsplatzes zwar eine hohe, aber im Vergleich zu sozialer Nachhaltigkeit geringere Priorisierung erfährt. Eine vorherrschende Priorisierung der sozialen Anteile innerhalb des Item 5 sowie im Allgemeinen wird auch durch die Befragten, die Item 5 als Wichtigstes und Item 7 als Zweitwichtigstes bewerten ($H_i = 5$), offenbart. Diese Merkmalskombinationen weisen auf eine sozial-ökonomische Orientierung hin. Proband*innen mit der Kombination aus Item 5 gefolgt von Item 7 bewerteten mehrfach Item 2 ($H_i = 2$), Item 3 ($H_i = 3$) und Item 9 ($H_i = 2$) als nicht wichtig. Diese beiden Items beschreiben in erster Linie der Gesellschaft zuträgliche betriebliche Maßnahmen des Umweltschutzes. Insgesamt scheinen bei Proband*innen mit diesen Merkmalskombinationen primär soziale und sekundär ökonomische Nachhaltigkeitsaspekte, die positive Effekte auf deren berufliches Arbeitsumfeld haben, attraktivitätssteigernd zu wirken, wobei die genaue Priorisierung konkreter sozial-ökonomischer Merkmale eines Betriebs präferenzbasiert variiert.

Weitere prägnante Kombinationen von Bepunktungen zeigen einen ökonomisch-sozialen Fokus. Die häufigste Sequenz mit Item 8 als wichtigsten Aspekt und Item 1 als zweitwichtigsten Aspekt ($H_i = 6$), zeigt eine Präferenz für ökonomische Nachhaltigkeit in Gestalt der Langfristigkeit einer Arbeitsstelle in Verbindung mit beruflichen Perspektiven durch Bildung ab. Sie enthält durch Item 1 auch ein soziales Element. Die Präferenzen derjenigen, die Item 6 und damit betrieblichen Umweltschutz als am wichtigsten bewerteten ($H_i = 5$), variieren ab der dritten Präferenz deutlich. Diesen Befragten scheint nach betrieblichem Umweltschutz der nicht-diskriminierende Umgang miteinander ein überaus wichtiges Anliegen zu sein, worin sich ein geringer Anteil der Grundgesamtheit mit primär ökologisch-sozialer Orientierung zeigt.

Insgesamt wird eine Dominanz sozial-ökonomischer Aspekte deutlich, die aus Arbeitnehmer*innen-Sicht einen direkten positiven Bezug auf betriebliche Prozesse aufweisen. Die entsprechenden Aspekte der Nachhaltigkeit weisen Übereinstimmungen mit ‚klassischen' Kriterien beruflicher Entscheidungen wie beruflicher Entwicklungsperspektive, Entlohnung oder Sicherheit auf. Die Priorisierung dieser Aspekte ist individuell verschieden, die grundsätzliche Präferenz derartiger Aspekte über eine signifikante Mehrheit der Befragten eher homogen. Auch bei der zahlenmäßig kleineren Sub-Gruppe derer, die betrieblichen Umweltschutz im Allgemeinen als wichtig beurteilen, wird sozial-ökonomischen Aspekten hohe Relevanz beigemessen.

4.2 Positionsbestimmung durch Kleingruppendiskussionen – Schüler*innen

Ebenso zeigt sich innerhalb der Kleingruppendiskussionen, dass Nachhaltigkeit – insbesondere unter dem vordergründig auf Umweltschutz basierendem begrifflichen Verständnis der Befragten – nicht deren vorrangiger Fokus bei der Wahl eines Ausbildungsbetriebes ist. Als relevant werden vielfach klassische betriebliche Rahmenbedingungen genannt: abwechslungsreiche Tätigkeiten, berufliche Perspektiven, Möglichkeiten zur Entwicklung, positive Arbeitsatmosphäre und gute Entlohnung (Dis. 1, 3:36-4:10 & 27:11-31:56[3]). Darauf bezogen wird das Bedürfnis nach Selbstwirksamkeit sowie nach einem gewissen Grad erfahrener Autonomie artikuliert (Dis. 3; 13:09-16:33 & 16:45-21:08). Die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit ist von eher sekundärer Bedeutung, wichtiger ist „meine Arbeit, dass da alles glatt läuft, dass ich mein Geld bekomme“ (Dis. 1, 10:04-13:08), wie ein Teilnehmer formuliert. Dennoch ist Nachhaltigkeit in ihrem ganzheitlichen Verständnis nicht unbedeutend für die Befragten. Verschiedene Aspekte werden als wichtig für deren berufliche Entscheidungen benannt, sodass Schnittmengen zwischen den Motiven der Befragten und bestimmten Ausprägungen der Nachhaltigkeit bestehen, wenn auch nicht zwingend aus einem genuinen Nachhaltigkeitsstandpunkt heraus. Manche Aspekte der ökologischen Dimensionen haben jedoch keine erkennbare Relevanz oder ihnen stehen Befragte gar ablehnend gegenüber.

Die Ausführungen der Befragten innerhalb der Kleingruppendiskussionen zeigen analog zur Item-Abfrage, dass Aspekte der ökologischen Dimension für die meisten am wenigsten relevant hinsichtlich der Wahl eines Ausbildungsbetriebs sind, bestimmte Merkmale sogar dazu führen, dass der Betrieb weniger attraktiv erscheint, obgleich mehrere Befragte grundsätzlich befürworten, dass die Umwelt zu schützen sei (Dis. 1, 7:45-11:14 & Dis. 2, 10:40-11:30). Spezifischer betrachtet besteht in Teilen Skepsis auf Maßnahmenebene der Ökologie. So wird artikuliert, dass bestimmte Maßnahmen in einem Zielkonflikt zu anderen vordergründigen Orientierungen stünden und betriebliche Abläufe beeinträchtigten (Dis. 3, 10:04-13:08). Es besteht etwa die Befürchtung, dass Maßnahmen zur Ressourceneinsparung dazu führen, dass Auszubildende im Betrieb weniger ausprobieren können, was die persönliche Entwicklung einschränke (Dis. 4, 4:00-7:20) und dass bei Betrieben mit einem Schwerpunkt auf Umweltschutz vermehrt ausbildungsfremde Tätigkeiten auszuüben seien (Dis. 5, 3:20-4:50). Daneben nehmen Befragte in ihrer Argumentation stellenweise eine Unternehmensperspektive ein und äußern, dass durch den wahrgenommenen Schwerpunkt auf Reparaturleistungen keine Weiterentwicklung stattfände (Dis. 3, 11:22-13:08 & 17:16-18:24) oder ein zu ausgeprägtes ehrenamtliches Engagement für Umweltschutz den Unternehmenserfolg schmälere (Dis. 6, 11:05-11:15). Bei beiden Aspekten werden gleichzeitig negative Auswirkungen auf die eigene berufliche Tätigkeit aufgezeigt. In diesen Abschnitten offenbart sich eine Orientierung an ökonomischen Gesichtspunkten unter denen spezifische Antagonismen der ökologischen Dimension abgeleitet werden, die persönliche Nachteile bewirken und die Attraktivität des Betriebs mindern. Dass

[3] Im weiteren Verlauf der Studie wird die jeweilige Kleingruppe, in der die Aussagen getroffen wurden, in dieser Gestalt anonymisiert wiedergegeben (z. B. Dis. 1, 3:36-4:10 = 1. Diskussionsgruppe von Minute 3:36 bis Minute 4:10).

Ökologie dennoch als grundsätzlich wichtig erachtet wird, verdeutlicht, dass Aspekte ökologischer Nachhaltigkeit von diesen Befragten dann akzeptiert werden, wenn sie sich nicht (zu) negativ auf das eigene Leben auswirken. In diesem Sinne äußert ein Befragter:

„Ich würde sagen, dass sich die Nachhaltigkeit dadurch einschränkt, […] ob man sie mit in den normalen Lebensalltag einbringen kann, oder halt nicht. […] [W]enn man dann auf Kleinigkeiten verzichtet […], isses okay. Aber ich finde, man sollte nicht sein ganzes Leben umordnen […], nur damit es dann halt nachhaltig ist." (Dis. 7, 15:49-16:48)

Bezüglich der niedrigen Priorisierung ökologischer Aspekte wird die als gering wahrgenommene persönliche Wirksamkeit (Dis. 3, 21:08-31:06) sowie die als gering eingeschätzte Auswirkung einzelner Betriebe (Dis. 5, 0:04-0:52) benannt. Aus dieser Resignation resultiert geringes gegenwärtiges Interesse an betrieblichem und privatem Umweltschutz. Sofern Betriebe ökologische Aspekte hervorheben, nehmen mehrere Befragte an, dass Betriebe andere Aspekte wie die Förderung von Angestellten nachrangig behandeln (Dis. 1, 7:45-11:14 & Dis. 3, 0:00-1:26). Als Hintergrund dieser Annahme wird ausgeführt, dass Betriebe Umweltschutz nach außen kommunizierten, um sich so an der veränderten Nachfrage am Markt auszurichten und infolgedessen eher auf den Markt achten als auf die eigenen Angestellten (Dis. 1. 27:12-31:56).

Ein in Teilen opportunistisches Motiv zeigt sich auch bei Betrachtung der Beurteilungen sozialer Aspekte etwa im Kontext von Fairness und Gerechtigkeit. Befragte äußern, dass gerechtigkeitsbezogene Präferenzen bei der Wahl eines Betriebes von Bedeutung sind und offenbaren ein spezifisches ökonomisch geprägtes Gerechtigkeitsverständnis. Unter diesem Aspekt wird auch die gerechte Entlohnung unabhängig von Merkmalen wie Religion, Herkunft oder Geschlecht als relevantes Entscheidungskriterium beschrieben (Dis. 1, 27:11-29:53). Gleichzeitig argumentieren Befragte, dass pauschale Entlohnung zur Folge haben könnte, dass Angestellte, die weniger effektiv arbeiten, das selbe Gehalt beziehen (Dis. 3, 16:34-21:08). Dieses leistungsbezogene Gerechtigkeitsverständnis offenbart sich zudem bei Thematisierung der Gender-Pay-Gap. Mehrere begründen dies damit, dass sie Frauen für körperlich weniger leistungsfähig halten (Dis. 7, 22:37-32:40). Eine weibliche Befragte betont die Bedeutung gleichberechtigter Entlohnung, äußert jedoch auch darauf bezogene Bedenken des Moral-Free-Riding (Dis. 3, 1:27-3:54 & 16:34-21:08). Die Erhöhung der Gehälter Geringer-Verdienender bei gleichbleibenden Gehältern Besser-Verdienender wird aufgrund des persönlichen Vorteils befürwortet (Dis. 7, 32:41-36:25). Mehrere Befragte nehmen im Zusammenhang mit der Ausbildungsvergütung eine Unternehmensperspektive ein und befürworten bereits in der Ausbildung eine leistungsabhängige Vergütung (Dis. 2, 28:00-29:50). Neben dem Augenmerk auf gerechte Entlohnung ist ein fairer, nicht-diskriminierender Umgang im Betrieb von herausragender Bedeutung (Dis. 3, 3:55-4:51 & Dis. 7, 40:25-42:30). Soziales Engagement von Betrieben wird durch die Befragten ambivalent beurteilt. Positiv erwähnt wird, dass die Mitarbeit an gesellschaftlich dienlichen Projekten als sinnstiftend wahrgenommen wird (Dis. 3, 4:52-7:31). Dementgegen werden Befürchtungen über negative betriebliche Auswirkungen geäußert, etwa dass ein Befragter nicht denkt, „dass man für Schulen jährlich […] spendet, wenn man in Krisensituationen standhaft bleiben möchte" (Dis 1, 29:10-29:28). Dieses Abwägen zwischen sozialem Handeln und der eigenen finanziellen Sicherheit in Verbindung mit der Entscheidung

für letzteres verdeutlicht die höhere Priorisierung ökonomischer Nachhaltigkeit aus einem eigennutzorientierten Kalkül mehrerer Befragter. Insgesamt sind betriebliche Strukturen zu grundlegender leistungsorientierter Gerechtigkeit und Gleichbehandlung sowie nicht-diskriminierender Zugang zu Chancen überaus wichtig für die Befragten.

4.3 Positionsbestimmung - Studierende

Im Vergleich zu den Bepunktungen der Schüler*innen zeigt sich bei den befragten Studierenden eine heterogenere Verteilung der Punkte über die Items, wodurch mehrere Items kontroverser beurteilt werden (s. Anhang 4). Wenig kontrovers sind die Items 5, 7 und 8, die deutlich als wichtig beurteilt werden.[4] Bezüglich der Verteilung über die Dimensionen zeigt sich – ähnlich den Schüler*innen – ein sozial-ökonomischer Fokus. Die ökologisch konnotierten Items 2, 3 und 4 werden analog in der Tendenz als eher unwichtig beurteilt, dennoch bewertet ein signifikant höherer Anteil der Befragten diese als wichtig bei der Auswahl eines Betriebs.[5] Item 6, das betrieblichen Umweltschutz im Allgemeinen beschreibt, wird von einer knappen Mehrheit als wichtig beurteilt ($H_{wichtig} = 8$, $H_{unwichtig} = 7$). Auf einer abstrakten Ebene wird Umweltschutz somit als wichtig erachtet, hinsichtlich der konkreten Maßnahmen nimmt die Zustimmung jedoch ab. In Item 9 beschriebenes Engagement eines Betriebs für die Entwicklung der Region wird auch von den Studierenden als mehrheitlich unwichtig erachtet, im Vergleich zu den befragten Schüler*innen von einem höheren Anteil als wichtig beurteilt ($H_{wichtig} = 5$, $H_{unwichtig} = 18$).

Die Items mit positiven Bezügen zu betrieblichen Strukturen und Prozessen (Items 5, 7 und 8) werden auch von den Studierenden nahezu eindeutig als wichtig beurteilt.[4] Nur Item 1, das für Schüler*innen einen der wichtigsten Aspekte darstellt, wird von einer Mehrheit als weniger wichtig bewertet. Unter Betrachtung der darauf bezogenen Motivation der Schüler*innen, basierend auf Entlohnung, Aufstiegschancen und Tätigkeitsbereichen, kann bei Teilen der Studierenden eine vergleichbare Motivation vermutet werden, mit dem Unterschied, dass diese bereits über einen hohen Bildungsabschluss verfügen und Fortbildungen hinsichtlich deren Aspirationen weniger relevant erscheinen. Unter einer Nutzenabwägung aus deren Perspektive erscheinen die anderen den Eigennutzen erhöhenden Aspekte vorteilhafter. Dieses Motiv gilt möglicherweise für einen Teil der Befragten, mit einer ökonomisch geprägten Orientierung, die Item 8 als wichtig und Item 1 als unwichtig beurteilen ($H_i = 5$). Der Anteil derer, die Item 1 als unwichtig bepunkten, weist unter Betrachtung der Bewertungskombinationen eine eher sozial-ökologische Prägung auf, z. B. im Sinne der Kombinationen aus *Item 2, 3 & 6* ($H_i = 2$); *Item 2, 3 & 5* ($H_i = 1$) und *Item 3, 4 & 7* ($H_i = 1$). Insgesamt wurde Item 6 von dieser Gruppe fünf Mal als wichtig und nie als explizit unwichtig beurteilt. Diese Kombinationen erwecken den Anschein einer zu den Schülerinnen und Schülern abweichenden, weniger-opportunistischen Motivation.

---

[4] **Item 5:** Hwichtig = 21, Hunwichtig = 2; **Item 7:** Hwichtig = 18; Hunwichtig = 1; **Item 8:** Hwichtig = 20, Hunwichtig = 1.

[5] **Item 2:** Hwichtig = 8, Hunwichtig = 17; **Item 3:** Hwichtig = 13; Hunwichtig = 9; **Item 4:** Hwichtig = 7, Hunwichtig = 11.

Insgesamt zeigt sich bei den befragten Studierenden aber auch eine mehrheitliche Anzahl sozial-ökonomischer Bepunktungsmuster. So bildet die Kombination der *Items 5, 7 & 8* (H_i = 8) eine Präferenz für gerechte Entlohnung, Gleichbehandlung und Arbeitsplatzsicherheit ab. Befragte mit dieser Bepunktungskombination beurteilen häufig Kombinationen aus den *Items 2, 3, 4, 9* als nicht wichtig.[6] Derartige Kombinationen waren auch bei den befragten Schüler*innen vorherrschend, so dass sich Unterschiede nur in den oben beschriebenen Nuancen andeuten.

5 Eigenverortung des Handwerks in Bezug auf Nachhaltigkeit

Im nun folgenden Kapitel wird die nachhaltigkeitsbezogene Eigenverortung des Handwerks beschrieben. Die Ausführungen basieren dabei auf medial verfügbarenVeröffentlichungen des Handwerks, in denen die Haltung des Handwerks zur Nachhaltigkeit nach außen dargestellt wird.[7] Die grundlegende Tendenz der Eigenverortung des Handwerks verdeutlicht folgende Aussage:

> *„Denn wir sind nicht diejenigen, die erst jetzt auf diesen Zug aufspringen, sondern erheben als deutsches Handwerk den Anspruch, Vorreiter bei den Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu sein. Handwerk hat eine lange Nachhaltigkeitstradition. Wir sind seit jeher der Gegenentwurf zur Wegwerfgesellschaft" – Hans Peter Wollseifer (ZDH 2020c, 26)*

Es zeigt sich, dass sich das Handwerk eine ursprüngliche nachhaltigkeitsbezogene Identitätskomponente zuschreibt und darüber bestimmte Aspekte handwerklicher Tätigkeit und der Betriebsführung als per se nachhaltig setzt (vgl. ZDH, 2020a, S. 2). Infolgedessen befürwortet das Handwerk die nachhaltige Art des Wirtschaftens und sieht sich als einen zentralen Treiber derselben (vgl. ebd.). Dabei wird ein umfassendes Verständnis von Nachhaltigkeit entlang deren drei Dimensionen unter Einbezug intergenerationeller Gerechtigkeit und globaler Kooperation zur wirkungsvollen Umsetzung zugrunde gelegt (vgl. Bomnüter 2020, 6).

Unter der ökologischen Dimension wird zunächst die Regionalität betrieblicher Leistungserstellung mit dem Effekt reduziertem Ressourcenverbrauchs betont (vgl. ZDH 2020a, 4). Grundsätzlich sei Ressourceneinsparung auch unter weiteren Gesichtspunkten ein zentrales Merkmal für die handwerkliche Leistungserstellung (vgl. Bomnüter 2020, 8f.). Dabei bekennt sich das Handwerk zur Kreislaufwirtschaft (vgl. ZDH 2020a, 11ff.). Gleichwohl wird im Zusammenhang mit gesetzlichen Vorgaben zur Kreislaufwirtschaft eine „unverhältnismäßige[…] Erhöhung der Bürokratielast" (ZDH 2020b, 3) angemahnt. Dem Einsatz innovativer Technologien zur Einsparung von Ressourcen wird herausragende Relevanz zugeschrieben, wobei das Handwerk eine Multiplikatorenfunktion innehabe (vgl. ZDH 2020a, 10-13). Diese Form des innovationsgetriebenen Umweltschutzes erscheint innerhalb der vom Handwerk kommunizierten Position dominant. Hier zeigt sich zudem die Priorisierung des Handwerks bezüglich der drei

[6] Unter Befragten dieser Kombination: Item 2: Hunwichtig = 7; Item 3: Hunwichtig = 6; Item 4: Hunwichtig = 5; Item 9: Hunwichtig = 4.

[7] Die Veröffentlichungen sind: ZDH (2020). Positionspapier. Werte erschaffen. Werte bewahren. Zukunft gestalten. Berlin.; Bomnüter, Colette (2020). Das Handwerk als Nachhaltigkeitsmotor. Berlin: ZDH.; ZDH (2020). Stellungnahme. Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie 2021. Berlin.

Dimensionen der Nachhaltigkeit insofern, als dass der Einsatz innovativer umweltverträglicher Techniken nur erfolgen könne, wenn dieser betriebswirtschaftlich lohnend sei (vgl. ZDH 2020a, 10). Insgesamt erachtet das Handwerk „nachhaltige Transformationsprozesse […] [als] eine große wirtschaftliche Chance“ (ZDH 2020b, 2). Die ökologische Dimension wird somit (auch) als Business Case erachtet und der ökonomischen Dimension untergeordnet.

Auch unter sozialen Nachhaltigkeitsaspekten hebt das Handwerk seine Einbettung in regionale Strukturen hervor, wodurch es der Entwicklung der Regionen auch unter sozialen Zielsetzungen Vorschub leiste (ZDH 2020a, 4). Weiterhin wird die integrative Funktion des Handwerks durch das Anbieten von Praktika zur Berufsorientierung, Ausbildungsplätzen sowie einer umfassenden Anzahl an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen betont (vgl. ZDH 2020a, 6). Zur Umsetzung dieser Qualifizierungsmöglichkeiten investierten Angehörige des Handwerks zusätzlich ehrenamtlich Zeit, was den umfassenden sozialen Beitrag des Handwerks verdeutliche (vgl. ZDH 2020a, 7). Diese Aspekte werden insbesondere im Kontext der Migration nach Deutschland als zentral erachtet, wobei das Handwerk die Umsetzung einer „geordneten, sicheren und verantwortungsvollen Migration“ (ZDH 2020b, 15) unterstützt. Auch innerhalb beruflicher Tätigkeit im Handwerk werden mehrere Merkmale sozialer Nachhaltigkeit beschrieben. So setzt sich das Handwerk für die Stärkung der Tarifbindung ein (vgl. ZDH 2020a, 7). Das Handwerk bekennt sich zur Gleichberechtigung der Geschlechter im Beruf, wobei insbesondere vielfältige Ansätze zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie zur Flexibilisierung der Arbeit beschrieben werden (vgl. Bomnüter 2020, 11).

Die ökonomische Dimension betreffend wird die Ausrichtung von Handwerksbetrieben auf langfristiges Bestehen im Gegensatz zu kurzfristiger Gewinnorientierung und die hohe Krisenresilienz handwerklicher Betriebe herausgestellt (vgl. ZDH 2020a, 2ff.). Die Weiterführung eines Betriebes durch nachfolgende Generationen würde frühzeitig bei der Gestaltung betrieblicher Prozesse – insbesondere der Aus- und Weiterbildung – berücksichtigt, sodass ein nachhaltig andauernder Wissenstransfer an folgende Generationen stattfinde (vgl. ZDH 2020a, 2). Hinsichtlich der nachhaltigen Fachkräftesicherung innerhalb einer Gesellschaft betont das Handwerk die Relevanz hochwertiger beruflicher Bildung und stellt dabei den eigenen Beitrag heraus (vgl. ZDH 2020a, 6f.). Zudem sei adäquate Aus- und Weiterbildung fundamental für das Voranbringen nachhaltiger Entwicklung in allen drei Dimensionen, was bereits insofern Teil der berufsbildenden Praxis im Handwerk sei, als dass vielfältige Fort- und Weiterbildungen Themen wie Umweltschutz oder soziale Verantwortung zum Gegenstand hätten (vgl. Bomnüter 2020, 13).

6 Positionale Schnittmengen und nachhaltige Entwicklungslinien des Handwerks zur Fachkräftesicherung

Die nachhaltigkeitsbezogenen Orientierungen der Befragten und die Positionierung des Handwerks weisen Schnittmengen auf, die für eine Kommunikationsstrategie zur Fachkräftesicherung bedeutsam erscheinen. Gleichzeitig existieren Differenzen sowie differierende Auslegungen mehrerer Aspekte, die durch geeignete Kommunikationsstrategien zumindest partiell aufgelöst werden können. Grundlegend konnte gezeigt werden, dass sowohl Handwerk als auch

eine Mehrheit der Befragten Nachhaltigkeit in erster Linie als Business Case – jedoch mit in Teilen abweichenden Zielsetzungen – begreifen.

Einigkeit in mehrfacher Hinsicht besteht zunächst in der Ausrichtung handwerklicher Betriebe auf langfristiges Bestehen. Dies wird von Befragten als zentrales Kriterium beschrieben und deckt sich mit deren Streben nach beruflicher sowie finanzieller Sicherheit. Ergänzend wird die vom Handwerk hervorgehobene hohe Krisenresilienz der Betriebe von Befragten explizit als bedeutsam beschrieben und bedient ebenso deren Bedürfnis nach perspektivischer beruflicher Sicherheit. Es erscheint somit aussichtsreich, die Verbindungen der zentralen Aspekte der Nachhaltigkeit mit diesen Orientierungen kommunikationsbasiert herzustellen. Dieser Strategie folgend, kann das Sicherheitsmotiv der Befragten angesprochen und gleichzeitig die beruflichen Perspektiven im Handwerk aufgezeigt werden. Auf Ebene des Handwerks kann dies beispielsweise durch das fundierte Darlegen der hohen Krisen-Resilienz sowie dem langjährigen Bestehen zahlreicher Traditionsbetriebe in Verbindung mit Prognosen über die nicht sinkende wirtschaftliche sowie gesellschaftliche Bedeutung des Handwerks erfolgen. Die perspektivische Sicherheit betreffende Maßnahmen wie eine betriebliche Altersvorsorge oder Unterstützung bei der Versicherung von Berufsunfähigkeit knüpfen an dieses Bedürfnis an und tangieren zudem die Affinität der Befragten zur sozialen Dimension. Für die Zielgruppe können derartige Maßnahmen zusätzlich signalisieren, dass der Betrieb auch den Bedürfnissen der Angestellten zugewandt ist.

Befragte Schüler*innen und Handwerk teilen zudem ihre Einschätzung zur zentralen Stellung von Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Die Relevanz beruflicher Bildung für eine nachhaltige Entwicklung wird von Befragten geschildert, jedoch nicht als Selbstzweck verstanden, sondern eher aufgrund des individuellen Mehrwerts als relevant für berufliche Entscheidungen erachtet. Daneben stellt das Handwerk den sozialen Aspekt der bereitgestellten Bildungsangebote, etwa zur Integration sowie zum niedrigschwelligen Eröffnen beruflicher Perspektiven heraus. Dies korrespondiert mit der entsprechenden Erwartung der Befragten, die mit Bildung insbesondere berufliche Flexibilität, sozialen Aufstieg sowie eine erfüllende und sichere berufliche Tätigkeit assoziieren. Unter dem Bereich der Bildung lassen sich zudem die Bestrebungen der befragten Schüler*innen nach beruflicher Perspektive sowie Sicherheit und Gerechtigkeit vereinen. Diesbezüglich kann der niedrigschwellige Zugang zum Handwerk erhalten bzw. ausgebaut werden. Auf Betriebsebene kann dies durch das Anbieten flexibel auszugestaltender und damit attraktiver Praktika erfolgen. Dies ist zielgerichtet über geeignete Kanäle zu kommunizieren. Als Botschaft kann dabei transportiert werden, dass die Möglichkeit eines Praktikums unabhängig von Merkmalen wie Geschlecht, Herkunft, Aussehen und Religion besteht.

Gleichberechtigung und Gleichbehandlung bilden ein für die Befragten überaus bedeutsames Kriterium. Auch das Handwerk beschreibt seinen Einsatz für Gleichberechtigung, bezieht dies im Rahmen seiner Positionierung insbesondere auf Mütter im Sinne der Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Migrant*innen und deren Integration durch gewährte berufliche Chancen und Bildung. Die Befragten wiederum betrachten Gleichbehandlung verstärkt unter den sie selbst betreffenden Facetten. Für weibliche Befragte ist Geschlechtergerechtigkeit von hoher Bedeutung, wobei diese über die Vereinbarkeit von Familie und Beruf hinausgehend

gleiche Bezahlung und vorurteilsfreie Behandlung miteinschließt. Gerade letzteres wird von Befragten auch im Bereich migrationsgerichteter Diskriminierung gefordert. Primär geht es diesbezüglich um nicht-diskriminierenden Umgang im betrieblichen Umfeld sowie das gleichberechtigte Gewähren von Chancen. Dies wird seitens des Handwerks herausgestellt, jedoch vordergründig im Kontext von Migration und Integration. Die Befragten mit migrantischem Hintergrund sind hier geboren, bedürfen damit keiner Integration, erfahren allerdings Diskriminierung, sodass ihren Orientierungen ein weiteres Verständnis von Antidiskriminierung zugrunde liegt. Die befragten Studierenden bewerten den Aspekt der Gleichberechtigung ebenso als überaus wichtig, wobei auch deren Verständnis davon (noch) weit(er) über die vom Handwerk betonten Bereiche hinausgeht. Gerechtigkeit und Fairness sollten somit in Form der Gleichbehandlung bezogen auf Geschlecht und Herkunft kommuniziert sowie praktiziert werden. Manifesten Vorurteilen (etwa: Frauen seien weniger leistungsfähig und würden bevorteilt), die auch durch die in Teilen patriarchale Prägung männlicher angehender Fachkräfte perspektivisch existent bleiben werden, ist in Praxis entgegenzutreten. Seitens der Befragten wird ein Fokus auf gerechte, angemessene Bezahlung im Beruf und während der Ausbildung artikuliert. Dieser Aspekt findet ebenso durch das Handwerk Erwähnung, sodass an dieser Stelle eine vordergründige Schnittmenge deutlich wird. Das Handwerk positioniert sich zur Bezahlung guter Löhne und kommuniziert den Einsatz für das Stärken der Tarifbindung. Der für die Zielgruppe hohen Bedeutung von Gerechtigkeit und Fairness kann folglich auch durch angemessene (ggf. auch übertarifliche) Entlohnung entsprochen werden. Die Gewährleistung eines angemessenen Lohnstandards innerhalb des Handwerks, etwa durch Stärkung der Tarifbindung, sollte weiterverfolgt und öffentlichkeitswirksam kommuniziert werden. Auf betrieblicher Ebene kann die Erhöhung der Gehältertransparenz erfolgsversprechend sein. Um die betriebliche Attraktivität bezogen auf das Gerechtigkeitsverständnis der Zielgruppe weiter zu steigern, können leistungs- oder betriebserfolgsabhängige Zuschüsse verdeutlicht werden.

Den Umweltschutz betreffend überschneidet sich die Haltung des Handwerks mit der der Befragten in Teilen. Neben der bereits herausgearbeiteten Bedeutung von Bildung legt das Handwerk einen Schwerpunkt auf Entwicklung und Einsatz technischer Innovationen. Diese Ansicht wird von mehreren Befragten geteilt. Weiterhin positioniert sich das Handwerk klar zur Ressourceneinsparung, Reparatur und Recycling. Allgemein stehen Teile der Befragten Maßnahmen zur Ressourceneinsparung skeptisch gegenüber, da sie darin Nachteile für Betriebe und für sich selbst befürchten. In den Forderungen des Handwerks nach darauf bezogenen bürokratischen Erleichterungen sind ähnliche Bedenken enthalten, gleichzeitig versteht das Handwerk nachhaltige Entwicklung als Business Case. Um diese Skepsis zu entkräften, kann ein betriebswirtschaftlicher Bezug zur ökologischen Ausrichtung hergestellt werden, um – angesichts der sich dahingehend entwickelnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – über deren zentrale Bedeutung für das langfristige Bestehen eines Betriebes und die berufliche Sicherheit der Fachkräfte aufzuklären. Handwerk und Betriebe müssen für zukünftige Fachkräfte beispielsweise begreifbar machen, dass Ressourceneinsparung ohnehin betriebswirtschaftlich sinnvoll und Einsatz sowie Einbau technischer Anlagen mit einem umweltbezogenen Mehrwert unerlässlich für den zukünftigen Erfolg der Handwerksbetriebe ist. Zusätzlich sollten darauf bezogene Vorteile für die berufliche Tätigkeit kommuniziert werden. Da die Erwähnung

von Reparatur- und Recycling-Maßnahmen bei Befragten Assoziationen mit monotonen Tätigkeiten auslösen, kann dargelegt werden, dass gerade damit verbundene Tätigkeiten abwechslungsreich und spannend sein können. Reparatur- und Wartungsarbeiten gestalten sich abhängig von den zu behebenden Problemen oft unterschiedlich und bedürfen zum Teil kreativer Lösungen. Es kann auch betont werden, dass dabei moderne Techniken eingesetzt werden. Generell scheint es sinnvoll, in diesem Kontext das Arbeiten mit innovativen Techniken zu betonen, da die Befragten diesen einen hohe Bedeutung für den Schutz der Umwelt beimessen und das Erlernen der dafür erforderlichen Kompetenzen als für ihren beruflichen Werdegang unerlässlich erachten. Die Verbindung von innovativen Techniken mit ressourcenschonender Arbeitsweise kann auch eine Brücke zu den Motivlagen einer Teilmenge der Befragten schaffen.

7 Fazit

Im Rahmen der Studie konnte gezeigt werden, dass eine Mehrheit der befragten Zielgruppe im Kontext der Auswahl eines (Ausbildungs-)Unternehmens keine genuinen gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsmotive verfolgt und sich stattdessen primär an klassischen beruflich-betrieblichen Gütekriterien, wie Arbeitsatmosphäre, Bezahlung, beruflichen Perspektiven oder den auszuübenden Tätigkeiten und damit am eigenen Vorteil orientiert. Unter den Studierenden konnte ein Anteil der Befragten herausgestellt werden, der sozial-ökologische Merkmale eher als relevant erachtet, was folglich auf eine leicht variierende Orientierung zwischen den Gruppen hindeutet. Zur genauen Bestimmung der zugrundeliegenden Orientierung sind weitere qualitative Erhebungen erforderlich. Auch auf den eigenen Vorteil bedacht, kommen spezifische Aspekte der Nachhaltigkeit auf einer zweiten Ebene zum Tragen, wenn sie aus Sicht der Zielgruppe mit dem eigenen Nutzen in Verbindung stehen, insofern als dass sie diesem zu- oder abträglich sind. Unter diesem Blickwinkel betrachtet, liegen Aspekte ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit den Orientierungen der Mehrheit der Zielgruppe am nächsten. Dabei wurde das Streben nach ökonomischer Sicherheit, das Eröffnen von beruflichen Perspektiven und – dies ermöglichend – die persönliche Weiterbildung als die am stärksten handlungsleitenden Motive identifiziert. Bei der Gegenüberstellung der medial kommunizierten Position des Handwerks mit der Verortung der Zielgruppe wurden Schnittmengen deutlich, die für die Akquise von Fachkräften bedeutsam scheinen. In diesem Sinne knüpfen nachhaltigkeitsbezogene Merkmale des Handwerks, wie die betriebliche Ausrichtung auf Langfristigkeit oder bestehende Strukturen der Aus- und Weiterbildung, bereits an die Motive der Zielgruppe an oder sind kommunikativ auf diese zu beziehen.

Da jedoch die Transformation der Betriebe unweigerlich auch die ökologischen und weitere Aspekte der sozialen Dimension erfasst, können auf einer zweiten Argumentationsebene die ökologischen Aspekte aussichtsreich thematisiert werden, sofern sie mit den Motiven ‚Sicherheit', ‚Perspektive' und ‚Innovation durch Bildung' verbunden werden. Mit dieser Ausrichtung könnte gleichsam der Teil der Zielgruppe angesprochen werden, denen die ökologischen Aspekte nicht unwichtig sind.

In Bezug auf das Studien-Design ist anzumerken, dass die Zusammensetzung der Gruppe der Befragten mit deren urbaner Verortung, unter den Schüler*innen mehrheitlich migrantischem Hintergrund und berufsschulischer (Vor-)Bildung Spezifika aufwies, sodass die Ergebnisse nicht uneingeschränkt auf alle Regionen und Zielgruppen anzuwenden sind. Insbesondere die Relevanz der regionalen Einfassung von Betrieben und die Bedeutung der Gleichbehandlung könnte etwa von Zielgruppen in ländlicheren Gebieten abweichend beurteilt werden. Dies konnte durch die in Teilen abweichenden Ergebnisse der Befragung der Studierenden gezeigt werden. So könnten diese auf eine sich im Zeitverlauf verändernde und ggf. mit dem Alter oder dem Bildungsweg korrelierende Haltung zur Nachhaltigkeit hinweisen. Entsprechende Erhebungen mit anderen Zielgruppen, beispielsweise Schüler*innen allgemeinbildender Schulen, in anderen, beispielsweise ruraler geprägten, Regionen oder mit Studierenden an Universitäten sowie Fachhochschulen könnten diese Studie ergänzen und die spezifische Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen ermöglichen. Zusätzlich könnte die qualitative Herangehensweise durch quantitative Forschungsvorhaben gestützt werden. Insbesondere in Bezug auf die präzisere Typisierung nachhaltigkeitsbezogener Haltungen ist die Befragung einer größeren Grundgesamtheit erforderlich.

Würden die von uns befragten Jugendlichen als Referenz angenommen, so wäre mit ihnen ein ehrlicher Dialog über Nachhaltigkeit zu führen, der ihnen bestimmte Notwendigkeiten und Interessen von Betrieben für nachhaltiges Wirtschaften nahe bringt und ihnen auch Ängste nehmen kann (beispielsweise, dass auch ökologische Maßnahmen wie Ressourceneinsparung, Recycling oder Reparatur dem wirtschaftliche Erfolg nicht per se entgegenstehen), aber auch keine trügerisch-opportunen Versprechungen transportiert (etwa, dass der menschengemachte Klimawandel ohne Einbußen von Annehmlichkeiten rein durch den Einsatz technischer Innovationen als beinahe wörtlich zu verstehender deus-ex-machina gelöst werden könne). Die Relevanz der Integration derartiger Ansichten als individuelle Haltung sowie deren Reproduktion wurde an mehreren Stellen dieser Erhebung deutlich.

Literatur

Bloom-Christen, A./Grunow, H. (2022): What´s (in) a Vignette? History, Functions, and Development of an Elusive Ethnographic Sub-genre. In: Ethnos Online Veröffentlichung. Online: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00141844.2022.2052927?scroll=top&needAccess=true&role=tab (01.03.2023).

Bohnsack, R. (2021): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. 10. Aufl. Opladen/Toronto.

Bomnüter, C. (2020): Das Handwerk als Nachhaltigkeitsmotor. Was hat das Handwerk mit Nachhaltigkeit zu tun?. Berlin. Online: https://www.zdh.de/fileadmin/Oeffentlich/Wirschaft_Energie_Umwelt/ALT/Nachhaltigkeit/ZDH_Nachhaltigkeitsmotor_interaktiv_small_Selbstausdruck.pdf (12.04.2023).

Döring, N./Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Aufl. Berlin/Heidelberg.

von Hauff, M. (2021): Nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und Umsetzung. 3. Aufl. Berlin.

Kanning, H. (2022): Nachhaltige Entwicklung – Die Große Transformation als gesellschaftliche Herausforderung im 21. Jahrhundert. In: Baumast, A./Pape, J. (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. 2. Aufl. Stuttgart, 23-55.

Kelle, U./Reith, F./Metje, B. (2017): Empirische Forschungsmethoden. In: Schweer, M. K. W. (Hrsg.): Lehrer-Schüler-Interaktion. Inhaltsfelder, Forschungsperspektiven und methodische Zugänge. 3. Aufl. Wiesbaden, 27-63.

Meadows, D./Meadows, D./Zahn, E./Milling, P. (1990): Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. 15. Aufl. Stuttgart.

Morgan, D. L./Hoffman, K. (2018): Focus Groups. In: Flick, U. (Hrsg.): The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection. London, 250-270.

Mummendey, H. D./Grau, I. (2014): Die Fragebogen-Methode. Grundlagen und Anwendung in Persönlichkeits-, Einstellungs- und Selbstkonzeptforschung. 6. Aufl. Göttingen.

Pufé, I. (2017): Nachhaltigkeit. 3. Aufl. Konstanz.

Przyborski, A./Wohlrab-Sahr, M. (2014): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 4. Aufl. München.

Richter, E. (2005): Nachhaltigkeit – zeitgemäße Dimensionen eines politischen Begriffs. In: Leviathan, Vol. 33, No. 2, Baden-Baden, 257-272.

Rosenberger, K. (2016): Fall-Vignetten. Ein methodisches Instrument in der Bildungsforschung. In: Fridrich, C./Kliniger, R./Potzmann, R./Greller, W./Petz, R. (Hrsg.): PH Wien – Forschungsperspektiven, Bd. 7. Wien, 203-215.

United Nations Conference on Environment & Development – UNCED (1992): Agenda 21. Online:
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf (14.02.2023).

United Nations General Assembly – UNGA (2000): United Nations Millennium Declaration. A/Res/55/2. Online:
https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N00/559/51/PDF/N0055951.pdf?OpenElement (14.02.2023).

United Nations General Assembly – UNGA (2012): The future we want. Outcome document of the United Nations Conference on Sustainable Development. Online:
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/733FutureWeWant.pdf
(14.02.2023).

United Nations General Assembly – UNGA (2015): Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development. A/RES/70/1. Online:
https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf (14.02.2023).

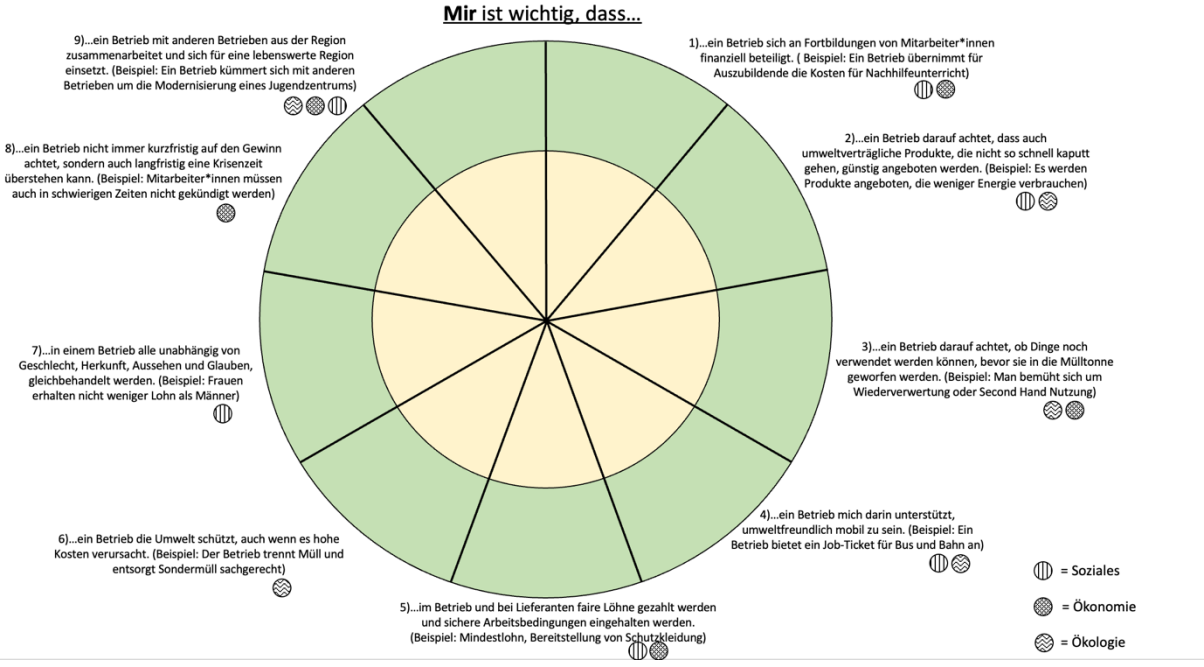
Zentralverband des Deutschen Handwerks – ZDH (2020a): Positionspapier. Werte erschaffen. Werte bewahren. Zukunft gestalten. Nachhaltigkeit im deutschen Handwerk. Berlin. Online: https://www.zdh.de/themen-und-positionen/nachhaltigkeit/positionspapier-nachhaltigkeit-im-deutschen-handwerk/ (12.04.2023).

Zentralverband des Deutschen Handwerks – ZDH (2020b): Stellungnahme. Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie 2021. Berlin. Online: https://www.zdh.de/fileadmin/Oeffentlich/Wirschaft_Energie_Umwelt/Positionspapiere_und_Stellungnahmen/2021/Stellungnahme_und_Anlage_DNS_2021_ZDH.pdf (12.04.2023).

Zentralverband des Deutschen Handwerks – ZDH (2020c): Für uns. Für Alle. Für die Zukunft. Wir wissen, was wir tun. Jahrbuch 2020. Berlin. Online: https://www.zdh.de/fileadmin/Oeffentlich/Presse/Publikationen/ALT/jahresberichte/ZDH_Jahresbericht_2020.pdf (17.04.2023).

Anhang

Anhang 1: Zielscheibe zur Item-Abfrage



Anhang 2: Fallvignette – Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb

Vadim möchte Metallbauer werden…

Vadim möchte eine Ausbildung als Metallbauer beginnen. Er hat sich schon bei mehreren Ausbildungsbetrieben beworben. Er kann zwischen zwei Ausbildungsbetrieben wählen: Betrieb A ist auf die Herstellung von Treppen und Treppengeländer spezialisiert. Betrieb B ist im Bereich von Fassaden und Bauelementen tätig. Beide Betriebe bieten in wichtigen Punkten wie dem Gehalt, einem guten Arbeitsklima und der Erreichbarkeit ähnlich gute Bedingungen. Vadim bittet Sie um Ihre Einschätzung, wie er sich Ihrer Meinung nach in dieser wichtigen Frage entscheiden sollte.

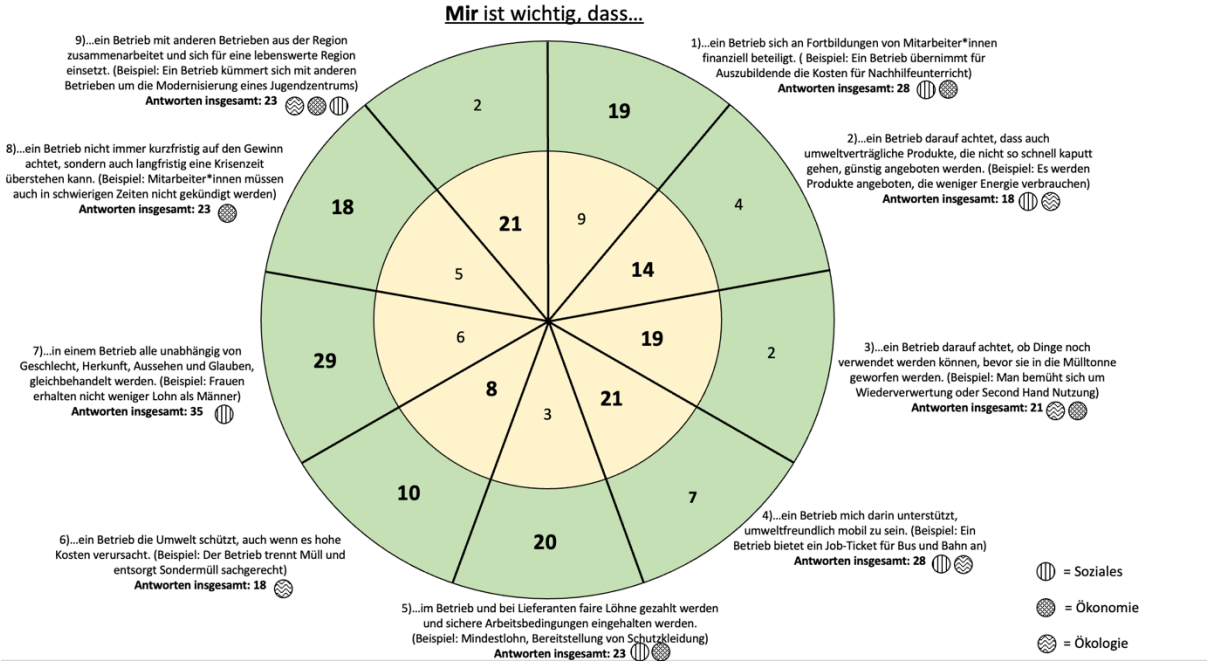
Von Betrieb A hat man Vadim berichtet, dass hier handwerkliche Tradition mit modernen Techniken verbunden werden. Das prägt auch das Arbeitsleben in dem Betrieb. Auf der Homepage des Betriebs wird beschrieben, dass das Unternehmen großen Wert auf vielfältige Weiterbildung und eine faire Entlohnung für alle Fachkräfte und auch den Aushilfskräften legt. Viele Praktikanten haben über den Betrieb schon den Einstieg in den Beruf geschafft, auch solche, die sonst kaum eine Chance bekommen hätten. Betrieb A bietet allen Beschäftigten an, E-Bikes für die Fahrt zur Arbeit günstig zu mieten. E-Autos werden als Firmenwagen gerade angeschafft. Vadim ist auf den Betrieb aufmerksam geworden, weil der Betrieb seine Schule mit einer jährlichen Spende für Projekte in der Entwicklungshilfe unterstützt hat.

Betrieb B engagiert sich auch in sozialen Projekten, es geht aber mehr um Umwelt, Energiesparen und Recycling. Auf der Homepage hat Vadim nachgelesen, dass in dem Unternehmen ständig nach besseren Wegen gesucht wird, um Abfälle zu vermeiden oder Rohstoffe wiederzuverwerten. Hier wird nach dem Motto gehandelt: "Wegschmeißen" kann jeder, aber „Reparieren" ist eine Kunst. So unterstützt das Unternehmen auch das „Repair Café" im Ort, weil es nicht nur Geld spendet, sondern auch mit den Auszubildenden zusammen dort ehrenamtlich tätig ist und Dinge repariert. Das wird als Teil der Ausbildung verstanden und wird natürlich auch mit viel Herz und Engagement umgesetzt. So lernt man viel, wenn man anderen hilft!

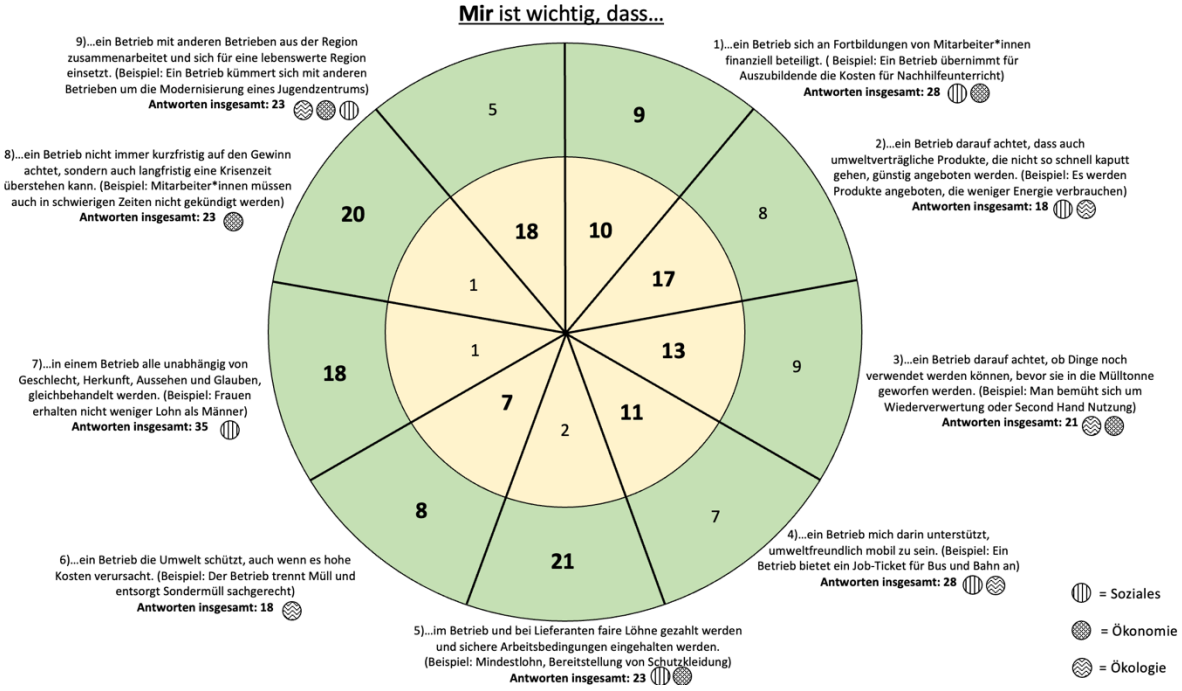
Diskutieren Sie in ihrer Gruppe:

- Warum sollte sich Vadim Ihrer Meinung nach für Betrieb A oder für Betrieb B entscheiden?
- **Begründen** Sie Ihre Empfehlung bitte – und sprechen Sie dabei offen aus, was Ihnen persönlich wichtig wäre bei der Wahl eines Ausbildungsbetriebes!

Anhang 3: Zielscheibe Schüler*innen – Punkteverteilung & Zuordnung der Items



Anhang 4: Zielscheibe Studierende – Punkteverteilung & Zuordnung der Items



Zitieren dieses Beitrags

Buschfeld, D./Menzer, L. (2024): Wer? Wie? Was? – Wir (be-)fragen potenzielle Handwerksauszubildende und Studierende zu ‚Nachhaltigkeit & Beruf'. In: bwp@ Spezial HT2023: Hochschultage Berufliche Bildung 2023, hrsg. v. Gerholz, K.-H./Annen, S./Braches-Chyrek, R./ Hufnagl, J./Wagner, A., 1-23. Online: https://www.bwpat.de/ht2023/buschfeld_menzer_ht2023.pdf (22.01.2024).

Zitieren nach APA-Stil (7. Auflage, deutsche Version)

Buschfeld, D. & Menzer, L. (2024). Wer? Wie? Was? – Wir (be-)fragen potenzielle Handwerksauszubildende und Studierende zu ‚Nachhaltigkeit & Beruf'. K.-H. Gerholz, S. Annen, R. Braches-Chyrek, J. Hufnagl & A. Wagner (Hrsg.), *bwp@ Spezial HT2023: Hochschultage Berufliche Bildung 2023*, 1–23. https://www.bwpat.de/ht2023/buschfeld_menzer_ht2023.pdf

Die Autoren

Prof. Dr. DETLEF BUSCHFELD

Universität zu Köln/ Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk

Herbert-Lewin-Str. 2, 50931 Köln

detlef.buschfeld@uni-koeln.de

https://wipaed.uni-koeln.de/de/

M. Ed. LUKAS MENZER

Universität zu Köln/ Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk

Herbert-Lewin-Str. 2, 50931 Köln

lukas.menzer@uni-koeln.de

https://wipaed.uni-koeln.de/de/