

Maßnahmenkatalog zur Gewinnung junger Leute für Green Jobs

Ergebnisbericht aus dem Projekt „Präferenz
Klimaberuf! Entwicklung von regionalen und
sektoralen Strategien für Klimaberufe“ geför-
dert aus den Mittel des Klima- und Energie-
fonds

ÖSB Social Innovation GmbH
Obere Donaustraße 33, 1020 Wien

**Autor*innen: Tanja Zink, Gerald Berger, Sara Stosic, Vincent
Wörndl, Lisa Bock-Oswald, Leo Kovatsch, Annika Schönauer**

30.10.2025

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
A) Maßnahmenkatalog zur Gewinnung junger Leute für Green Jobs– Lokal	4
1. Förderung einer positiven Unternehmenskultur und Schutz vor Ausgrenzung von Auszubildenden im Unternehmen	5
2. Ganzheitliches Betriebliches Ausbildungskonzept	7
3. Ausbildung zu zweit: Auszubildende mit Freunden anwerben	9
4. Einführung eines Lehrlingsbeauftragten	11
5. Benefits-Optimierung: Unkomplizierte Zusatzangebote mit vorhandener Infrastruktur	13
B) Maßnahmenkatalog zur Gewinnung junger Leute für Green Jobs– Überregional	15
1. Vertiefte Integration Nachhaltigkeitsthemen in Lehrplan Berufsschulen	16
2. Betriebsvorstellung in Ausbildungseinrichtungen	18
3. „Day Off“: Besichtigung Betriebe durch Schüler*innen	20
4. Employer Branding	22
5. Transparente Entwicklungspläne	24
6. „Speed Dating“ Programmpunkt auf Berufsmessen	25
7. Qualifizierung in eigenen Weiterbildungsinstitutionen	27
8. BerufsTalent Wettbewerb	29
9. Betriebsvorstellung in Ausbildungseinrichtungen und auf Messen	31
10. Internationaler Austausch: 1-1 Mitarbeiter*innen-Programm	33

Einleitung

Das Projekt „**Präferenz Klimaberuf! Entwicklung von regionalen und sektoralen Strategien für Klimaberufe**“ (2024-2025), finanziert durch den Klima- und Energiefonds, brachte unterschiedliche Akteurinnen und Akteure zusammen, um innovative Lösungen an der Schnittstelle zwischen ökologischem Wandel der Wirtschaft, Fachkräftemangel sowie Aus- und Weiterbildung im Bereich Green Jobs zu entwickeln.

Der vorliegende Maßnahmenkatalog, bestehend jeweils aus einer kurzen Beschreibung und Hinweisen für die Umsetzung, soll Unternehmen dabei unterstützen, junge Menschen für zukunftsfähige Berufe zu begeistern und sie langfristig als Fachkräfte zu gewinnen. Die Maßnahmen richten sich insbesondere an kleinere Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten, die dem Fachkräftemangel aktiv begegnen möchten. Die Vorschläge für eine erfolgreiche praktische Umsetzung sollen Unternehmen dabei helfen, die Maßnahmen aufgrund ihrer jeweiligen Herausforderungen und Chancen abschätzen zu können bzw. die Entscheidung für die Anwendung der entsprechenden Maßnahme(n) erleichtern.

Der vorliegende Maßnahmenkatalog bietet außerdem Regional- und KEM-Manager*innen ein praxisnahes Instrumentarium zur aktiven Gestaltung der regionalen Fachkräftesicherung im Bereich Green Jobs. Die Business Blueprints ermöglichen eine gezielte Unterstützung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) in ihrer Region, indem sie konkrete, erprobte Maßnahmen zur Ansprache und Bindung junger Menschen an zukunftsfähige Berufsfelder bereitstellen.

Regionalmanager*innen können die Inhalte nutzen, um:

- **regionale Strategien zur Fachkräftegewinnung zu entwickeln und zu koordinieren**, insbesondere in ökologisch relevanten Branchen wie Bauwesen und Tourismus,
- **Unternehmen bei der Auswahl passender Maßnahmen zu beraten**, basierend auf den spezifischen Herausforderungen und Potenzialen der jeweiligen Region,
- **Kooperationsprozesse zwischen Bildungseinrichtungen, Betrieben und öffentlichen Stellen zu initiieren**, um nachhaltige Ausbildungsstrukturen zu fördern,
- **Best-Practice-Beispiele zu verbreiten und partizipative Prozesse zu begleiten**, die eine inklusive und resiliente Unternehmenskultur stärken.

Der Maßnahmenkatalog unterstützt Regional- und KEM-Manager*innen dabei, die Umsetzungsschritte realistisch zu planen. So wird die regionale Innovationskraft gestärkt und ein aktiver Beitrag zur sozial-ökologischen Transformation geleistet.

Der Maßnahmenkatalog entstand in einem partizipativen Prozess von **Juli bis Oktober 2025** in einem **Co-Creation-Stakeholder-Workshop** mit VertreterInnen der Tourismusbranche in Alpbach, Tirol sowie in **drei online Co-Creation-Sessions** mit Branchenvertretern aus dem Bauwesen. Ergänzt wurden diese Erkenntnisse durch das Fachwissen des Projektteams. In einem **Co-Creation-Expert*innen Workshop** im **Oktober 2025** in Wien wurde die praktische Umsetzung diskutiert und eine praxisnahe Abfolge von Aktivitäten im Sinne einer zeitlichen Priorisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen diskutiert. Die Reihenfolge der im Folgenden aufbereiteten Maßnahmen gibt dieses Ranking wieder.

A) Maßnahmenkatalog zur Gewinnung junger Leute für Green Jobs– Lokal

Die Maßnahmen sind in zwei Kategorien unterteilt. In diesem Abschnitt sind die lokal umsetzbaren Maßnahmen für einzelne Betriebe dargestellt.

Die Ergebnisse bestehen sowohl aus Best Practices als auch aus in der Zusammenarbeit generierten Ideen mit dem Ziel, gezielte Impulse für eine **zukunftsfähige Personalgewinnung und -bindung** zu geben.

1. Förderung einer positiven Unternehmenskultur und Schutz vor Ausgrenzung von Auszubildenden im Unternehmen

Maßnahme

Beschreibung

Diese Maßnahme zielt darauf ab, Schüler*innen und Lehrlinge vor Mobbing und Ausgrenzung durch Mitarbeitende zu schützen, indem eine inklusive und respektvolle Unternehmenskultur gefördert wird. Kurze Teammeetings vor Neueinstellungen werden durchgeführt, um Sensibilisierung zu stärken und klare Grenzen zu setzen.

Spezifische Zielgruppe

Schüler*innen und Lehrlinge sowie Mitarbeitende in Unternehmen mit Kontakt zu Jugendlichen

Spezifisches Ziel der Maßnahme

Erhöhung der betrieblichen Bindung von Auszubildenden



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Eine inklusive, respektvolle Unternehmenskultur für Auszubildende ist ein Hebel sozialer Nachhaltigkeit mit positiven Auswirkungen auf ökologische Performance und wirtschaftliche Resilienz.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe

Führungskräfte der Betriebe.

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Interne Aussendungen, verbale Kommunikation
- o Ausbildungsprogramme: keine identifiziert
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: gestärkte Unternehmenskultur
- o Kooperationspartner*innen: Betriebe, ggf. Mediatoren

Zeitraahmen

regelmäßige kurze Sensibilisierung, vor allem vor Neueinstellungen

Methoden/Instrumente

Mini-Workshops, Rollenspiele zur Verständnisförderung, Vertrauliches Feedback von den Auszubildenden

Herausforderung

In der Praxis zeigt sich, dass viele Unternehmen ein starkes Beharrungsvermögen aufweisen, wenn es um kulturelle Veränderungen geht. Bestehende Strukturen, Routinen und Führungsstile haben sich über Jahre oder Jahrzehnte etabliert und werden häufig als bewährt empfunden. Das führt unter anderem dazu, dass Veränderungsprozesse, etwa hin zu mehr Partizipation, Diversität, Nachhaltigkeitsbewusstsein oder flacheren Hierarchien, oft nur zögerlich angestoßen oder nicht konsequent umgesetzt werden. Ein zentrales Hemmnis ist dabei die mangelnde Bereitschaft oder Fähigkeit, Unternehmenskultur als strategischen Erfolgsfaktor zu erkennen und aktiv zu gestalten. Häufig fehlt es an klaren Verantwortlichkeiten, Ressourcen

sowie an geeigneten Formaten und Instrumenten, um kulturelle Transformationsprozesse zu begleiten.

Implikation für die Praxis

Um Unternehmen in diesem Bereich zu unterstützen, braucht es gezielte Sensibilisierungsmaßnahmen, Best-Practice-Beispiele sowie Beratung und Begleitung partizipativer Prozesse für einen tatsächlichen Wandel.

Unternehmenskultur zu verändern ist häufig mit Organisationsentwicklung verbunden, daher sollten Änderungsmaßnahmen begleitet werden, weil es um strategische Transformationen geht. Ein ganz wesentlicher Faktor sind hier natürlich die Führungskräfte bzw. Abteilungsleitende, deren Bereitschaft zur Veränderung, Anpassung an sich veränderte Umfeldbedingungen, etc. eine wesentliche Voraussetzung für eine positive und wertschätzende Unternehmenskultur sind.

2. Ganzheitliches Betriebliches Ausbildungskonzept

Maßnahme

Beschreibung

Ein ganzheitliches betriebliches Ausbildungskonzept zielt darauf ab, Nachwuchskräfte systematisch aufzubauen und frühzeitig an das Unternehmen zu binden. Durch strukturierte Onboarding-Prozesse, individuelle Betreuung und klare Ausbildungspläne wird die Ausbildungsqualität gesteigert und Abbrüchen vorgebeugt. Wichtig ist auch, persönliche Verantwortlichkeiten für Ausbildungskonzepte in den Unternehmen einrichten bzw. aufzubauen.

Spezifische Zielgruppe

Schüler*innen, Lehrlinge

Spezifisches Ziel der Maßnahme

frühzeitige Fachkräftesicherung und verbesserte Onboarding-Prozesse



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Eine inklusive, respektvolle Unternehmenskultur für Auszubildende ist ein Hebel sozialer Nachhaltigkeit mit positiven Auswirkungen auf ökologische Performance und wirtschaftliche Resilienz.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe

Personalverantwortliche*r des Betriebes, Geschäftsführung/Unternehmensleitung

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Unternehmensinterne Kommunikation und Positionierung nach Außen
- o Ausbildungsprogramme: individuelle, auf die Bedürfnisse des Arbeitsplatzes angepasste Ausbildungsinhalte
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: individuelle Förderung und Bindung an das Unternehmen, gute Vorbereitung auf zukünftige Karriereschritte
- o Kooperationspartner*innen: Teamtrainer*innen, Berater*innen
- o Wichtige Umsetzungsmaßnahmen: Breite Einbeziehung der Mitarbeitenden im Unternehmen bei der Erstellung des Ausbildungskonzepts

Zeitraahmen

mindestens 2x jährlich

Methoden/Instrumente

Partizipative Methoden zur Erstellung des Konzeptes, um ein breites Commitment zu schaffen

Herausforderung

Eine zentrale Herausforderung besteht darin, das betriebliche Ausbildungskonzept nicht nur zu entwickeln, sondern es im Alltag konsequent mit Leben zu füllen. Oft fehlt es an Zeit, Ressourcen oder der nötigen Priorisierung im Tagesgeschäft, sodass Ausbildungspläne, Feedbackgespräche oder individuelle Betreuung nur unregelmäßig stattfinden.

Implikation für die Praxis

Damit das Konzept Wirkung entfaltet, braucht es eine breite Einbeziehung aller Verantwortlichen und betroffenen Abteilungen, klare Zuständigkeiten, regelmäßige Reflexion und eine echte Verankerung in der Unternehmenskultur. Nur wenn alle Beteiligten, von der Führungsebene bis zu den Ausbilder*innen, das Konzept aktiv mittragen, kann es nachhaltig wirken.

3. Ausbildung zu zweit: Auszubildende mit Freunden anwerben

Maßnahme

Beschreibung Bei ausreichenden Kapazitäten im Betrieb ermöglicht es die Maßnahme Schüler*innen und Auszubildenden, ihre Ausbildung gemeinsam mit einem Freund oder einer Freundin im selben Betrieb anzutreten. Dadurch wird die Teilnahme an Ausbildungsprogrammen erhöht, die Motivation gesteigert und die soziale Unterstützung innerhalb des Ausbildungsteams gefördert.

Spezifische Zielgruppe Schüler*innen und Lehrlinge

Spezifisches Ziel der Maßnahme Attraktivität der Ausbildung im Betrieb erhöhen



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Die Maßnahme unterstützt eine wertschätzende HR-Strategie, die Bindung und Zusammenarbeit in Teams priorisiert – ein Bestandteil moderner Nachhaltigkeitsgovernance. (Governance-Aspekte ESG – „G“).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Personalverantwortliche/r des Betriebes

Benötigte Ressourcen

- o Kommunikationskanäle: Unternehmenswebsite, Social Media, Flyer/Plakate
- o Ausbildungsprogramme: Überprüfung der bestehenden Ausbildungsprogramme der beteiligten Unternehmen zur Eignung für diese Initiative
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: gemeinsame Ausbildungsplätze
- o Kooperationspartner*innen: Schulen, Unternehmen, Berufsberatungseinrichtungen

Zeitraumen Pilotprojekt eine Ausbildungsperiode lang im Betrieb, danach evaluieren

Methoden/Instrumente keine identifiziert

Herausforderung Bei der Ausbildung zu zweit ist es sinnvoll, deren Machbarkeit nach den Ressourcen und Gegebenheiten im Unternehmen abzuklären. Wenn ein Unternehmen nicht eine gewisse Anzahl von Lehrstellen anbieten kann, dann sollte diese Maßnahme gut überlegt werden. Auch hier stellen personelle und finanzielle Überlegungen eine besondere Herausforderung dar, die eingeschätzt werden soll, bevor man eine solche Maßnahme weiterverfolgt.

Implikation für die Praxis

Die personellen und finanziellen Ressourcen sollten überprüft und überlegt werden, bevor man diese Maßnahme einführt. Auch eine regelmäßige Kontrolle der Umsetzung ist anzuraten, um Erfolgskriterien und Herausforderungen in der Praxis genau benennen zu können.

4. Einführung eines Lehrlingsbeauftragten

Maßnahme

Beschreibung Im Unternehmen wird eine zentrale Ansprechperson für Lehrlinge etabliert. Der Lehrlingsbeauftragte fungiert als Mentor, Koordinator und Unterstützer für junge Menschen während ihrer Ausbildung. Ziel ist es, die Ausbildungsqualität zu erhöhen, Bindung zu fördern und die persönliche sowie berufliche Entwicklung der Lehrlinge gezielt zu begleiten.

Spezifische Zielgruppe Lehrlinge im Unternehmen sowie potenzielle Lehranfänger*innen

Spezifisches Ziel der Maßnahme Individuelle Betreuung sicherstellen, Ausbildungsabbrüche vermeiden, Zufriedenheit und Identifikation mit dem Betrieb stärken, langfristige Bindung an das Unternehmen fördern



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Eine inklusive, respektvolle Unternehmenskultur für Auszubildende ist ein Hebel sozialer Nachhaltigkeit mit positiven Auswirkungen auf ökologische Performance und wirtschaftliche Resilienz.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Geschäftsführung bzw. designierte/r Personalverantwortliche/r, ggf. bestehende Ausbildungsleitung

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Interne Aussendungen, verbale Kommunikation
- o Ausbildungsprogramme: keine identifiziert
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: gestärkte Unternehmenskultur
- o Kooperationspartner*innen: Betriebe, ggf. Mediatoren

Zeitraumen regelmäßige kurze Sensibilisierung, vor allem vor Neueinstellungen

Methoden/Instrumente Mini-Workshops, Rollenspiele zur Verständnisförderung, Vertrauliches Feedback von den Auszubildenden

Herausforderung Die Einführung eines Lehrlingsbeauftragten stellt für viele Unternehmen eine sinnvolle, aber ressourcenintensive Maßnahme dar. Die Herausforderung liegt vor allem darin, genügend personelle und finanzielle Mittel bereitzustellen, um dieser Rolle gerecht zu werden. Das gilt vor allem in kleineren Betrieben mit begrenztem Personalstamm. Ohne entsprechende Freiräume und Qualifizierung besteht die Gefahr, dass die Funktion nur formell

Implikation für die Praxis

besteht, aber ihren unterstützenden und entwicklungsfördernden Zweck nicht erfüllt. Die Bereitstellung von personellen und finanziellen Mittel ist nicht einfach, ist aber die wesentliche Basis für den Einsatz von Lehrlingsbeauftragten. In der Praxis ist es auch wichtig sicherzustellen, dass die Fähigkeiten und das gesamte Skills-Set der Auszubildenden hoch ist und die aktuellen Herausforderungen, inkl. Green Jobs, auch adressiert werden können. Die Weiterbildung der Lehrlinge auch im Hinblick auf Green Jobs sollte im Jobprofil von den Lehrlingsbeauftragten festgehalten sein bzw. Weiterbildungen in diesem Zusammenhang gefördert werden.

5. Benefits-Optimierung: Unkomplizierte Zusatzangebote mit vorhandener Infrastruktur

Maßnahme

Beschreibung Diese Maßnahme zielt darauf ab, unkomplizierte und kosteneffiziente Benefits zu identifizieren, die Unternehmen ihren Mitarbeitenden anbieten können. Durch die Nutzung vorhandener Infrastruktur und Ressourcen, wie beispielsweise Zugang zu betriebseigenen Einrichtungen, gesundheitsfördernde Programme, können Mehrwerte geschaffen werden, ohne erhebliche zusätzliche Kosten zu verursachen. Kosteneffiziente Benefits könnten beispielsweise in Hotelbetrieben Zugang zu Wellnessbereichen von Hotels an freien Tagen, Unterstützung bei der Wohnungssuche oder betriebliche Laufgruppen umfassen.

Spezifische Zielgruppe Schüler*innen und Lehrlinge

Spezifisches Ziel der Maßnahme Steigerung der Mitarbeiter*innenzufriedenheit und -bindung



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Ressourceneffizienz durch Nutzung vorhandener Infrastruktur statt Neubeschaffungen oder zusätzlicher Investitionen, was Energie- und Materialaufwand reduziert.

Förderung von sozialer Nachhaltigkeit durch gesundheitsfördernde und inklusive Angebote, die Wohlbefinden und langfristige Mitarbeiterbindung stärken.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Führungskräfte der Betriebe

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: digitale Plattformen zur Vorstellung der Benefits
- o Ausbildungsprogramme: z.B. bestehende Green-Job-Ausbildungen, Lehren, Praktika, duale Studiengänge
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: Zugang zu betriebseigenen Einrichtungen (z.B. Werkstätten, Sportanlagen), Gesundheitsfördernde Maßnahmen (z.B. Laufgruppen), etc.
- o Kooperationspartner*innen: keine identifiziert

Zeitraahmen Kontinuierliche Gesundheitsfördernde Maßnahmen (z.B. ergonomische Schulungen, Gesundheitschecks).

Methoden/Instrumente Bestandsanalysen vorhandener Ressourcen, Mitarbeiter*innumfragen zur Bedarfsanalyse, regelmäßige Feedback-Abfrage zur Anpassung und Verbesserung des Angebots;

Herausforderung Eine zentrale Herausforderung bei der Einführung von Benefits liegt darin, Angebote zu entwickeln, die tatsächlich den Bedürfnissen und Lebensrealitäten der jeweiligen Zielgruppe entsprechen. Oft werden Maßnahmen eingeführt, die zwar gut gemeint, aber für die Mitarbeitenden wenig relevant oder schwer zugänglich sind. Um Wirkung zu entfalten, müssen Benefits zielgruppenspezifisch konzipiert, regelmäßig evaluiert und gegebenenfalls angepasst werden. Hierfür eignen sich insbesondere partizipative Prozesse, um den Mitarbeiter*innen das Gefühl von Mitspracherecht zu vermitteln.

Implikation für die Praxis Die Anpassung der Benefits an die jeweilige Zielgruppe ist ein wichtiges Kriterium für ihren Erfolg. Einerseits sollten Benefits mit den Zielgruppen erarbeitet werden. Andererseits ist eine ständige Kontrolle über deren Wirksamkeit und Effektivität sinnvoll, um etwaige Anpassung rasch und ressourcenschonend umzusetzen. Benefits sollten nicht als Selbstzweck verstanden werden, sondern als eine Möglichkeit, Lehrlinge eine positive Bindung zum Unternehmen zu ermöglichen und den Nachhaltigkeitsgedanken auch bei den Benefits miteinzubeziehen.

B) Maßnahmenkatalog zur Gewinnung junger Leute für Green Jobs– Überregional

Die Maßnahmen sind in zwei Kategorien unterteilt. In diesem Abschnitt sind die überregionalen Maßnahmen, die branchenweit oder gemeinschaftlich umgesetzt werden können, dargestellt.

Die Ergebnisse bestehen sowohl aus Best Practices als auch aus in der Zusammenarbeit generierten Ideen mit dem Ziel, gezielte Impulse für eine **zukunftsfähige Personalgewinnung und -bindung** zu geben.

1. Vertiefte Integration von Nachhaltigkeitsthemen in Lehrplan der Berufsschulen

Maßnahme

Beschreibung Nachhaltigkeit wird systematisch und praxisnah in den Unterricht aller relevanten Fachbereiche der Berufsschulen integriert. Dabei werden ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte behandelt und auf berufsspezifische Kontexte bezogen. Ziel ist es, bei Lehrlingen ein tiefes Verständnis für nachhaltiges Handeln im Berufsalltag zu fördern und zukunftsrelevante Kompetenzen zu stärken. Hierbei wird einerseits Kompetenz in zukunftsrelevanten Feldern aufgebaut und andererseits das Interesse für die Thematiken gestärkt.

Spezifische Zielgruppe Lehrlinge aller Ausbildungsrichtungen in Berufsschulen, Interessensvertretungen

Spezifisches Ziel der Maßnahme Nachhaltigkeitsbewusstsein und -Interesse fördern, Berufskompetenzen im Sinne der ökologischen und sozialen Verantwortung stärken, Vorbereitung auf Anforderungen einer nachhaltigen zukunftsorientierten Wirtschaft



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Förderung umfassender Nachhaltigkeitskompetenzen bei jungen Fachkräften, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung verbinden und so zur nachhaltigen Entwicklung in Unternehmen beitragen.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Lehrplankommissionen, Berufsschuldirektion, Fachlehrkräfte, ggf. externe Expert*innen für Nachhaltigkeit

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Berufsschulinterne Lernplattformen, digitale Unterrichtstools, Social Media für Projektverbreitung (z.B. Nachhaltigkeitsprojekte von Schüler*innen)
- o Ausbildungsprogramme: Integration in bestehende Lehrpläne, fächerübergreifende Projektarbeiten, Ergänzung durch Exkursionen und Nachhaltigkeitsworkshops
- o Finanzierungsmöglichkeiten: Förderprogramme für Bildungsinnovation (z.B. vom Bildungsministerium, EU-Projekte), Unterstützung durch regionale Unternehmen oder Umweltorganisationen
- o Benefits/Anreize: Zertifikate für nachhaltige Kompetenz, Projektprämierungen, Auszeichnungen durch Partnerbetriebe
- o Kooperationspartner*innen: Unternehmen, NGOs, Umweltbildungsstellen, regionale Initiativen, Wirtschaftskammer, AK

Zeitraumen Pilotierung innerhalb eines Schuljahres, sukzessive Ausweitung auf alle Jahrgänge und Fachbereiche

Methoden/Instrumente Projektbasiertes Lernen, Fallstudien, Expert*innenvorträge, Exkursionen zu nachhaltigen Betrieben, Simulationen, Wettbewerbe, digitale Lernmodule

Herausforderung

Breite Diskussion bundesweit notwendig. Für Qualitätsanpassungen ist es entscheidend, bei den Bildungsdirektionen durchzudringen und die Diskussionen anzuregen.

Implikation für die Praxis

Diskussion durch die Interessensvertretungen sollte immer wieder befeuert werden, um die Adaptierung der Lehrpläne in den Berufsschulen an die aktuellen Herausforderungen anzupassen.

2. Betriebsvorstellung in Ausbildungseinrichtungen

Maßnahme

Beschreibung	Die Maßnahme besteht aus einer Veranstaltung, bei der lokale Unternehmen sich und ihre Ausbildungs- sowie Berufsmöglichkeiten vorstellen, um Schüler*innen einen direkten Einblick in die Praxis zu ermöglichen.
Spezifische Zielgruppe	Schüler*innen und Lehrlinge
Spezifisches Ziel der Maßnahme	Interesse an beruflichen Perspektiven wecken und Wissen über verschiedene Ausbildungsberufe vermitteln.



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Regionale Wertschöpfung und regionale Fachkräftesicherung durch direkte Vernetzung von Schulen und Unternehmen, was langfristig nachhaltige Arbeitsstrukturen unterstützt.
Ressourcenschonung durch gebündelte Unternehmenspräsentationen (ein Event statt vieler Einzelbesuche).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe	Lehrer*innen/ Ansprechpersonen der jeweiligen Schulen in Zusammenarbeit mit den Unternehmen.
Benötigte Ressourcen	- o Medien/Kommunikationskanäle: Plakate/ Flyer, Unternehmens- und Schulwebsite, Social Media (Instagram, TikTok) - zur Ankündigung und Nachbereitung der Veranstaltung - o Ausbildungsprogramme: keine identifiziert - o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert - o Benefits/Anreize: Möglichkeit für Praktika oder Schnuppertage, direkte Kontaktaufnahme mit Unternehmensvertretern. - o Kooperationspartner*innen: Lokale Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Berufsberatungsstellen
Zeitraumen	Einmalige Veranstaltung, geplant für einen Tag im Schuljahr
Methoden/Instrumente	Präsentationen der Unternehmen, Fragerunden, Workshops
Herausforderung	Eine Herausforderung ist die zur Verfügung Stellung von Ressourcen in den Unternehmen. Role Models zu identifizieren, um Berufsbilder des Betriebes anschlussfähig darzustellen und zu begeistern stellt ein wesentliches Element zur positiven Wahrnehmung der Berufsbilder dar. Die Zeit und die Ressourcen sind nicht nur in Unternehmen eine Herausforderung. Auch in Bildungseinrichtungen fehlt oft daran.

Implikation für die Praxis

Das Identifizieren relevanter Zielgruppen und proaktive Ansprache von Bildungseinrichtungen, sowie der Einsatz von Role Models und Testimonials zur zielgruppenorientierten Aufbereitung der Unterlagen und ansprechende bzw. anschlussfähige Präsentationen zur Darstellung der Berufsbilder ist maßgeblich für eine anschlussfähige Darstellung der Berufsbilder. Die direkte Ansprache der Berufsorientierungsbefragten in den Bildungseinrichtungen, sowie eine Kooperation mit Klimabündnisschulen könnte vielversprechend sein.

3. „Day Off“: Besichtigung Betriebe durch Schüler*innen

Maßnahme

Beschreibung	Schüler*innen haben die Möglichkeit, an einem eigens eingeräumten freien Tag/ Nachmittag verschiedene lokale Betriebe zu besichtigen, um Einblicke in die Arbeitswelt und verschiedene Berufsfelder zu erhalten.
Spezifische Zielgruppe	Schüler*innen und Lehrlinge
Spezifisches Ziel der Maßnahme	Einstiegshemmschwelle verringern und realistische Einblicke in berufliche Anforderungen und Arbeitsumgebungen gewinnen.



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Regionale Wertschöpfung und regionale Fachkräftesicherung durch direkte Vernetzung von Schulen und Unternehmen, was langfristig nachhaltige Arbeitsstrukturen unterstützt.
Ressourcenschonung durch gebündelte Unternehmenspräsentationen (ein Event statt vieler Einzelbesuche).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe	Lehrer*innen der Schulen in Kooperation mit den Unternehmen und Berufsberatungsstellen.
Benötigte Ressourcen	- o Medien/Kommunikationskanäle: Plakate/ Flyer, Unternehmens- und Schulwebsite, Social Media (Instagram, TikTok) - zur Ankündigung und Nachbereitung der Veranstaltung - o Ausbildungsprogramme: Informationen über verschiedene (Ausbildungs-)berufe, die in den besuchten Unternehmen angeboten werden - o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert - o Benefits/Anreize: Kostenlose Teilnahme, Möglichkeit von direkten Gesprächen mit AusbilderInnen und MitarbeiterInnen - o Kooperationspartner*innen: Lokale Unternehmen, Ausbildungsstätten, Bildungseinrichtungen, Berufsberatungsstellen
Zeitraahmen	Einmalige Veranstaltung, geplant für einen Tag im Schuljahr
Methoden/Instrumente	Betriebsbesichtigungen, Workshops vor Ort, Feedback-Runden im Anschluss an die Besichtigung.

Herausforderung

Bei der Einladung von Bildungseinrichtungen in Unternehmen ist es wichtig, den Tag gut zu planen und vorab festzulegen, was Unternehmen vermitteln wollen, um möglichst attraktiv für die Zielgruppe zu sein. Ein spannendes Programm benötigt auch personelle Ressourcen im Unternehmen, da im besten Fall mehrere Berufsbilder an die Zielgruppe kommuniziert werden. Dies ermöglicht den Jugendlichen, einen realistischen Einblick in die Tätigkeiten zu erhalten. Auch hier sollten im Unternehmen Role Models und Testimonials identifiziert werden, um die Berufsbilder gut zu kommunizieren.

Implikation für die Praxis

Eine proaktive Ansprache von Bildungseinrichtungen sollte bereits im Frühling beginnen, da Bildungseinrichtungen sehr früh beginnen, das kommende Schuljahr zu planen. In Unternehmen ist eine Planung des Angebotes bei einer Besichtigung bzw. bei Betriebsbesuchen sehr wichtig, da das Angebot und die Darstellung der Berufsbilder möglichst spannend gestaltet werden sollten, um den Jugendlichen ein gutes und vor allem anschlussfähiges Bild aufzuzeigen. Dies soll eine gute Entscheidungsgrundlage für die Berufswahl darstellen.

4. Employer Branding

Maßnahme

Beschreibung Im Employer Branding ist es entscheidend, die veränderten Berufsbilder zu berücksichtigen und die Nachhaltigkeitsaspekte stärker hervorzuheben. Dieser Aspekt wird immer wichtiger und Auswahlkriterium bei Bewerber*innen. Eine Verankerung in der Unternehmenskultur und die Kommunikation nach außen leistet einen wichtigen Beitrag im Employer Branding.

Spezifische Zielgruppe Bewerber*innen

Spezifisches Ziel der Maßnahme Attraktivität als Arbeitgeber*in, Identifikation und Verständnis zu den Themen bei den Beschäftigten und Lehrlingen



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Die Maßnahme unterstützt eine wertschätzende HR-Strategie, die, die Unternehmenskultur zum Thema Nachhaltigkeit nach Außen kommuniziert und intern lebt. Dies ist ein Bestandteil moderner Nachhaltigkeitsgovernance. (Governance-Aspekte ESG – „G“).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Personalverantwortliche/r des Betriebes

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Positionierung nach Außen, Social Media, Einschaltungen, interne Kommunikationskanäle
- o Ausbildungsprogramme: nicht identifiziert
- o Finanzierungsmöglichkeiten: nicht identifiziert
- o Benefits/Anreize: gute Erreichbarkeit geeigneter Bewerber*innen bei Arbeitskräftebedarf, Bindung von Beschäftigten und Lehrlingen ans Unternehmen
- o Kooperationspartner*innen: Social Media Plattformen, willhaben, Laola

Zeitraumen laufend

Methoden/Instrumente keine identifiziert

Herausforderung Ein gut etabliertes Human Ressource (HR) Management ist erforderlich. Dies ist aber oft erst ab einer bestimmten Unternehmensgröße

vorhanden. Die Rahmenbedingungen in der Flexibilisierung der Arbeitszeiten den Bedürfnissen anzupassen, stellt ein entscheidendes Element dar (z.B. flexible Dienstpläne).

Implikation für die Praxis

Unterstützung durch die Etablierung eines HR Managements im Unternehmen. Zusätzlich braucht es eine Strategie zur Gestaltung eines internen und externen Employer Branding. Zur Weiterentwicklung können Ausbildungsverbünde genutzt werden. Eine Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien und der Vorbildwirkung von Führungskräften schaffen eine angenehmere Arbeitsumgebung und können Mitarbeitende begeistern.

5. Transparente Entwicklungspläne

Maßnahme

Beschreibung Entwicklungspläne sollten möglichst transparent aufzeigen, was die nächsten Schritte im Unternehmen sind und was dafür zu tun ist. Beschäftigte und Lehrlinge werden in der aktuellen Position bereits für die nächste Aufgabe vorbereitet.

Spezifische Zielgruppe Lehrlinge und Beschäftigte in Bauunternehmen

Spezifisches Ziel der Maßnahme Mitarbeiter*innenbindung und klare Entwicklungspläne



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Die Maßnahme unterstützt eine wertschätzende HR-Strategie, die insbesondere Entwicklungsmöglichkeiten und Bindung an Unternehmen forciert. Dies ist ein Bestandteil moderner Nachhaltigkeitsgovernance. (Governance-Aspekte ESG – „G“).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Lehrlinge und Beschäftigte in Bauunternehmen

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Unternehmensinterne Kommunikation und Positionierung nach Außen
- o Ausbildungsprogramme: individuelle, auf die Bedürfnisse des Arbeitsplatzes angepasste Ausbildungsinhalte
- o Finanzierungsmöglichkeiten: -
- o Benefits/Anreize: gute Vorbereitung auf zukünftige Karriereschritte
- o Kooperationspartner*innen: Bildungsanbieter*innen

Zeitraahmen mind. 1x pro Jahr

Methoden/Instrumente Mitarbeiter*innengespräche

Herausforderung Gut etabliertes HR Management erforderlich. Dies ist oft erst ab einer bestimmten Unternehmensgröße vorhanden und auch nicht immer zielführend. Ein Verlust an qualifizierten Mitarbeitenden könnte durch sichtbar kommunizierte Entwicklungsgrenzen bzw. hohen Anforderungen an nächste Karriereschritte in den Plänen ausgelöst werden.

Implikation für die Praxis Unterstützung durch die Etablierung eines HR Managements im Unternehmen. Entwicklungspläne sollten dynamisch angepasst werden und bedürfen regelmäßiger Updates. Berufsorientierung auch innerbetrieblich zu fördern, erhöht die Entwicklungsbereitschaft bei den Mitarbeitenden (Rotationsmodell).

6. „Speed Dating“ Programmpunkt auf Berufsmessen

Maßnahme

Beschreibung An einem Berufsmesse-Event haben Lehrlinge und Schüler*innen die Möglichkeit, in kurzen, strukturierten Begegnungen mit Vertreter*innen lokaler Betriebe zu sprechen, um direkte Einblicke in Ausbildungsangebote und Berufsfelder zu erhalten.

Spezifische Zielgruppe Schüler*innen und Lehrlinge

Spezifisches Ziel der Maßnahme Networking fördern und direkte Gespräche mit potenziellen Arbeitgeber*innen ermöglichen, um berufliche Perspektiven auszuleuchten.



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Strukturierte Kurzgespräche senken Hemmschwellen, erreichen viele Jugendliche (Niederschwelliger Zugang & Chancengleichheit) in kurzer Zeit und stärken soziale Nachhaltigkeit & faire Talentgewinnung.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Organisator*innen der Berufsmesse in Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Betrieben und Schulen.

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Berufsmesse-Website sowie Betriebs-/ Schulwebsites
- o Ausbildungsprogramme: Informationen über bestehende Lehrlingsausbildungen, Praktika und Unternehmensvorstellungen der teilnehmenden Betriebe.
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: Direkte Ansprechpartner*innen für Ausbildungsplätze, Möglichkeit zur Hinterlegung von Bewerbungsunterlagen, Networking-Möglichkeiten
- o Kooperationspartner*innen: Lokale Unternehmen, Handelskammern, Schulen, Ausbildungszentren, Berufsberatungsstellen

Zeitraumen Einmalige Veranstaltung, geplant für einen Tag im Rahmen der Berufsmesse

Methoden/Instrumente „Speed-Dating“-Runden, kurze Präsentationen der Betriebe, ggf. Informationsstände, Wrap-up Gespräche nach mehreren Durchläufen

Herausforderung Die Identifikation der vorhandenen Role Models und Testimonials in Unternehmen zur Entsendung zu einer Speed-Dating Veranstaltung ist

entscheidend, da es wichtig ist, die Zielgruppe anschlussfähig anzusprechen um die Berufsbidler möglichst verständlich und kompakt zu kommunizieren. Weiters ist die Ansprache und Rückmeldung der Bildungseinrichtungen für die Umsetzung entscheidend, da Termine so gut wie möglich geplant sein sollten, um Wartezeiten bei der Veranstaltung selbst möglichst gering zu halten.

Implikation für die Praxis

Das Identifizieren relevanter Zielgruppen und proaktive Ansprache von Bildungseinrichtungen mit gezielten Terminvorschlägen und Zeitplänen ist entscheidend. Bildungseinrichtungen planen bereits sehr früh das Schuljahr. Je früher Bildungseinrichtungen Kenntnis der Möglichkeit von Speed-Datings bei Messen haben, desto wahrscheinlicher wird es, dass möglichst viele daran teilnehmen können.

7. Qualifizierung in eigenen Weiterbildungsinstitutionen

Maßnahme

Beschreibung Aufgrund der mangelnden Verfügbarkeit nach maßgeschneiderten Aus- und Weiterbildungen im Bereich Nachhaltigkeit werden Beschäftigte intern zu den notwendigen nachhaltigen Skills qualifiziert. Die Weiterbildungen können individuell oder auch ganze Abteilungen in Anspruch nehmen. Themenbereiche werden sowohl durch internes Personal, sowie auch externe Expert*innen vermittelt. Onboarding findet zum Teil auch über die eigene Weiterbildungsinstitution statt.

Spezifische Zielgruppe Lehrlinge und Beschäftigte in Bauunternehmen

Spezifisches Ziel der Maßnahme Attraktivität der Ausbildung im Betrieb erhöhen, Ausbildung zugeschnitten auf den beruflichen Alltag



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Die Maßnahme unterstützt eine wertschätzende HR-Strategie, die insbesondere Entwicklungsmöglichkeiten und Bindung an Unternehmen forciert. Dies ist ein Bestandteil moderner Nachhaltigkeitsgovernance. (Governance-Aspekte ESG – „G“).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Personalverantwortliche/r des Betriebes, Führungskräfte

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Unternehmensinterne Kommunikation
- o Ausbildungsprogramme: individuelle, auf die Bedürfnisse des Arbeitsplatzes angepasste Ausbildungsinhalte
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: gemeinsame Ausbildungsmöglichkeiten für Lehrlinge und Beschäftigte
- o Kooperationspartner*innen: Bildungsanbieter*innen

Zeitraumen laufend

Methoden/Instrumente keine identifiziert

Herausforderung Diese Maßnahme ist mit einem hohen Ressourceneinsatz verbunden und nur ab einer bestimmten Unternehmensgröße sinnvoll. Die Überprüfung der Ausbildungsstandards erfolgt in erster Linie über die Unternehmen selbst.

Implikation für die Praxis

Nutzung der unternehmensinternen Ausbildungsakademien für externe Unternehmen zu öffnen, könnte die Kosten für ein Unternehmen senken und branchengleiche kleine Unternehmen bei der Ausbildung der Beschäftigten unterstützen.

8. BerufsTalent Wettbewerb

Maßnahme

Beschreibung	Ein Wettbewerb für Schüler*innen und Auszubildende, der in verschiedenen Branchen Talente in den Fachbereichen auszeichnet. Die Teilnehmer*innen nehmen in verschiedenen Disziplinen teil und haben die Möglichkeit, von erfahrenen Branchenexpert*innen zu lernen und sich zu präsentieren.
Spezifische Zielgruppe	Schüler*innen und Lehrlinge
Spezifisches Ziel der Maßnahme	Talente fördern, praktische Erfahrungen bieten und den Teilnehmer*innen Networking-Möglichkeiten mit Fachleuten in ihrer gewünschten Branche ermöglichen.



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Förderung von Zukunftskompetenzen und Green Skills, indem innovative, nachhaltige Branchen und Berufe sichtbar gemacht und ausgezeichnet werden.

Regionale Fachkräftesicherung und Chancengleichheit, da der Wettbewerb Talente unabhängig von Herkunft oder Zugang zu Ressourcen fördert und nachhaltige Berufsbilder in den Fokus rückt.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe	Organisator*innen des BerufsTalent Wettbewerbs in Zusammenarbeit mit lokalen Bildungseinrichtungen und Branchenverbänden.
Benötigte Ressourcen	- o Medien/Kommunikationskanäle: Event-Website, Schul-/ Betriebswebsites, Social Media, lokale Presse - o Ausbildungsprogramme: keine identifiziert - o Finanzierungsmöglichkeiten: Fördergelder von regionalen Behörden oder Bildungsinitiativen - o Benefits/Anreize: Preise für die Gewinner*innen, Praktikumsplätze, Mentoring-Möglichkeiten mit Branchenexpert*innen - o Kooperationspartner*innen: Bildungsinstitutionen, Berufsverbände, lokale Unternehmen, lokale Presse
Zeitraumen	Einmalige Veranstaltung, gegebenenfalls in Kombination mit regionalen Ausbildungs- und Karrieremessen
Methoden/Instrumente	Wettbewerbe in verschiedenen Fachbereichen, Workshops mit Branchenexpert*innen, Informationsstände, Netzwerk-Events
Herausforderung	Nicht zur Ansprache von neuen Bewerber:innengruppen geeignet, da bei einem Wettbewerb schon sehr viel Vorwissen und Kompetenzen

vorhanden sein müssen. Dies eignet sich vielmehr zur Bindung von Mitarbeitenden im Unternehmen.

**Implikation für die
Praxis**

Regelmäßige Durchführung von Wettbewerben zur Bindung von Lehrlingen ans Unternehmen.

9. Betriebsvorstellung in Ausbildungseinrichtungen und auf Messen

Maßnahme

Beschreibung Die Maßnahme besteht aus Veranstaltungen, bei der lokale Unternehmen sich und ihre Ausbildungs- sowie Berufsmöglichkeiten vorstellen, um Schüler*innen einen direkten Einblick in die Praxis zu ermöglichen und neue Lehrberufe vorzustellen. Regelmäßige Einladungen an Bildungseinrichtungen, sich das Unternehmen vor Ort anzusehen und den Schüler*innen einen Einblick in die Praxis zu geben, können eine gute Entscheidungsgrundlage für einen Lehrberuf im jeweiligen Unternehmen darstellen.

Spezifische Zielgruppe Schüler*innen, Lehrpersonal und Lehrlinge

Spezifisches Ziel der Maßnahme Interesse an beruflichen Perspektiven wecken und Wissen über verschiedene, vor allem auch neue Ausbildungsberufe vermitteln.



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Regionale Wertschöpfung und regionale Fachkräftesicherung durch direkte Vernetzung von Bildungseinrichtungen und Unternehmen, was langfristig nachhaltige Arbeitsstrukturen unterstützt.

Ressourcenschonung durch gebündelte Unternehmenspräsentationen (ein Event statt vieler Einzelbesuche).

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Lehrer*innen/ Ansprechpersonen der jeweiligen Bildungseinrichtungen in Zusammenarbeit mit den Unternehmen.

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Plakate/ Flyer, Unternehmens- und Schulwebsite, Social Media (Instagram, TikTok) - zur Ankündigung und Nachbereitung der Veranstaltung
- o Ausbildungsprogramme: keine identifiziert
- o Finanzierungsmöglichkeiten: keine identifiziert
- o Benefits/Anreize: Möglichkeit für Praktika oder Schnuppertage, direkte Kontaktaufnahme mit Unternehmensvertreter*innen
- o Kooperationspartner*innen: Lokale Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Berufsberatungsstellen

Zeitraahmen Möglichkeiten nach Bedarf anbieten und Messebesuche forcieren

Methoden/Instrumente Präsentationen der Unternehmen, Fragerunden, Workshops

Herausforderung

Ressourcen in den Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Role Models sollten identifiziert werden, um Berufsbilder des Betriebes anschlussfähig darzustellen und junge Menschen bzw. Auszubildende zu begeistern.

Implikation für die Praxis

Identifizieren relevanter Zielgruppen und proaktive Ansprache von Bildungseinrichtungen. Role Models und Testimonials zur ansprechenden Darstellung der Berufsbilder einsetzen.

10. Internationaler Austausch: 1-1 Mitarbeiter*innen-Programm

Maßnahme

Beschreibung Dieses Programm soll den internationalen Austausch von Mitarbeitenden zwischen Unternehmen fördern, um deren Horizonte zu erweitern und kulturelle Diversität zu stärken. Während der Austauschphase von bis zu zwei Jahren geht ein/e Mitarbeiter*in in ein Partnerunternehmen im Ausland, während ein/e Mitarbeiter*in von dort im Gegenzug ins eigene Unternehmen wechselt. So werden wertvolle Erfahrungen, Kenntnisse und Netzwerke geschaffen. Denkbar ist auch eine nationale Variante, bei der inländische Unternehmen Mitarbeiter*innen den Einblick in andere Betriebe vereinfachen.

Spezifische Zielgruppe Vor kurzem „ausgelernte“ Mitarbeitende aus verschiedenen Unternehmensbereichen, die ihre Erfahrungen erweitern und internationale Erfahrung erwerben möchten.

Spezifisches Ziel der Maßnahme Mitarbeiter*innenbindung erhöhen, Wissensaustausch fördern, Netzwerke aufbauen



Nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

Förderung kultureller Vielfalt und globaler Vernetzung, die Innovation und nachhaltiges Denken durch interkulturellen Wissensaustausch stärkt.

Umsetzung

Verantwortliche Person/Gruppe Übergeordnete Organisation oder Projektträger*innen, z.B. eine EU-Initiative oder ein internationales Netzwerk, das den Austausch organisiert und unterstützt.

Benötigte Ressourcen

- o Medien/Kommunikationskanäle: Webinare zur Vorstellung des Programms, Unternehmenswebsite, Social Media zur Präsentation erfolgreicher Austauschgeschichten.
- o Ausbildungsprogramme: z.B. bestehende Green-Job-Ausbildungen, Lehren, Praktika, duale Studiengänge
- o Finanzierungsmöglichkeiten: Förderprogramme, Stipendien, Zuschüsse
- o Benefits/Anreize: Karriereentwicklungsmöglichkeiten für Teilnehmende, Horizonterweiterung
- o Kooperationspartner*innen: Europäische und internationale Partnerunternehmen, Handelskammern, Verein zur Förderung des Internationalen Austausches (IFA)

Zeitraumen Langfristiges Programm mit jeweils zwei Jahren Austauschzeit

Methoden/Instrumente keine identifiziert

Herausforderung

Nur in großen Betrieben bzw. bei Unternehmenszusammenschlüssen möglich. Die Anforderungen werden als sehr hoch eingeschätzt, da es vor allem bei kleinen Unternehmen sehr oft, keine Niederlassungen im Ausland gibt und damit diese Möglichkeit nicht geschaffen werden kann.

Implikation für die Praxis

Umsetzbarkeit schwierig, da es im besten Fall Niederlassungen in anderen Ländern braucht. Eine Kooperation mit anderen Unternehmen in derselben Branche könnte dazu beitragen, diese Möglichkeit auch in kleinen Unternehmen zu schaffen. Attraktivität sehr subjektiv unterschiedlich bei Lehrlingen, da es nicht immer ein Anreiz für Jugendliche ist, Erfahrungen im Ausland zu sammeln.