

# Kaufmann und Kauffrau im Einzelhandel

Institution: Lust auf Besser Leben gGmbH  
Dr. Jaya Bowry, email: [jaya@lustaufbesserleben.de](mailto:jaya@lustaufbesserleben.de)  
Lukas Glöckner, email: [lukas@lustaufbesserleben.de](mailto:lukas@lustaufbesserleben.de)  
60313 Frankfurt, Steinweg 6  
Webseite: <https://www.lustaufbesserleben.de/>  
Webseite: [www.pa-bbne.de](http://www.pa-bbne.de)

GEFÖRDERT VOM



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>2</b>
1.1 BBNE und BNE – Ziele der Projektagentur PA-BBNE	2
1.2 Die Materialien der Projektagentur	3
1.3 Berufliche Bildung für Nachhaltige Entwicklung	3
1.3.1 Die Standardberufsbildposition “Umweltschutz und Nachhaltigkeit”	3
1.3.2 Die Berufsbildpositionen der Ausbildungsordnung und die Lernfelder	5
1.3.3 Modulare Rahmenaufgaben	5
1.3.4 Zielkonflikte und Widersprüche	5
1.3.5 Hinweis für handwerkliche, kaufmännische und Industrieberufe	6
<b>2. Glossar</b>	<b>6</b>
<b>3. Literatur</b>	<b>7</b>
<b>4. Tabelle 1 – Die Standardberufsbildposition “Umweltschutz und Nachhaltigkeit”</b>	<b>8</b>
<b>5. Tabelle 2: Berufsbildpositionen und Lernfelder mit Bezug zur Nachhaltigkeit</b>	<b>13</b>
<b>6. Unterrichts- und Ausbildungsmodule</b>	<b>24</b>
<b>6.1 Ausbildungsmodul: Standort-Klimabilanzierung (CCF)</b>	<b>24</b>
6.1.1 Eingrenzung des Themas	24
6.1.2 Begründete methodische Entscheidungen	25
6.1.2.1 Einstieg (schülerbezug, Motivation)	25
6.1.2.2 Information/Planung (Erkennen)	25
6.1.2.3 Durchführung	26
6.1.2.4 Bewertung	27
6.1.3 Unterrichtsmaterialien/Quellen	28
<b>6.2 Unterrichtsmodul: Greenwashing</b>	<b>28</b>
6.2.1 Eingrenzung des Themas	28
6.2.2 Begründete methodische Entscheidungen	28
6.2.2.1 Einstieg (schülerbezug, Motivation)	28
6.2.2.2 Information/Planung (Erkennen)	29
6.2.2.3 Durchführung	30
6.2.2.4 Bewertung	30
6.2.3 Unterrichtsmaterialien/Quellen	30
<b>7. Zielkonflikte und Widersprüche</b>	<b>31</b>
7.1 Die Effizienzfalle und Widersprüche	31

# 1. Einleitung

## 1.1 BBNE und BNE – Ziele der Projektagentur PA-BBNE

Das Ziel der „Projektagentur Berufliche Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ (PA-BBNE) ist die Entwicklung von Materialien, die die um Nachhaltigkeit erweiterte neue Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ mit Leben füllen soll. Mit „Leben zu füllen“ deshalb, weil „Nachhaltigkeit“ ein Ziel ist und wir uns den Weg suchen müssen. Wir wissen beispielsweise, dass die Energieversorgung künftig klimaneutral sein muss. Mit welchen Technologien wir dies erreichen wollen und wie unsere moderne Gesellschaft und Ökonomie diese integriert, wie diese mit Naturschutz und Sichtweisen der Gesellschaft auszugestalten sind, ist noch offen.

Um sich mit diesen Fragen zu beschäftigen, entwickelt die PA-BBNE Materialien, die von unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden:

1. Zum einen widmen wir uns der beruflichen Ausbildung, denn die nachhaltige Entwicklung der nächsten Jahrzehnte wird durch die jungen Generationen bestimmt werden. Die duale berufliche Ausbildung orientiert sich spezifisch für jedes Berufsbild an den Ausbildungsordnungen (betrieblicher Teil der Ausbildung) und den Rahmenlehrplänen (schulischer Teil der Ausbildung). Hierzu haben wir dieses Impulspapier erstellt, das die Bezüge zur wissenschaftlichen Nachhaltigkeitsdiskussion praxisnah aufzeigt.
2. Zum anderen orientieren wir uns an der Agenda 2030. Die Agenda 2030 wurde im Jahr 2015 von der Weltgemeinschaft beschlossen und ist ein Fahrplan in die Zukunft (Bundesregierung o.J.). Sie umfasst die sogenannten 17 Sustainable Development Goals (SDGs), die jeweils spezifische Herausforderungen der Nachhaltigkeit benennen (vgl. Destatis). Hierzu haben wir ein Hintergrundmaterial (HGM) im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE, vgl. BMBF o.J.) erstellt, das spezifisch für unterschiedliche Berufe ist.

## 1.2 Die Materialien der Projektagentur

Die neue Standardberufsbildposition gibt aber nur den Rahmen vor. Selbst in novellierten Ausbildungsordnungen in Berufen mit großer Relevanz für wichtige Themen der Nachhaltigkeit wie z.B. dem Klimaschutz werden wichtige Fähigkeiten, Kenntnissen und Fertigkeiten in den berufsprofilgebenden Berufsbildpositionen nicht genannt – obwohl die Berufe deutliche Beiträge zum Klimaschutz leisten könnten. Deshalb haben wir uns das Ziel gesetzt, Auszubildenden und Lehrkräften Hinweise im

Impulspapier zusammenzustellen im Sinne einer Operationalisierung der Nachhaltigkeit für die unterschiedlichen Berufsbilder. Zur Vertiefung der stichwortartigen Operationalisierung wird jedes Impulspapier ergänzt durch eine umfassende Beschreibung derjenigen Themen, die für die berufliche Bildung wichtig sind. Dieses sogenannte Hintergrundmaterial orientiert sich im Sinne von BNE an den 17 SDGs, ist faktenorientiert und wurde nach wissenschaftlichen Kriterien erstellt. Ergänzt werden das Impulspapier und das Hintergrundmaterial durch einen Satz von Folien, die sich den Zielkonflikten widmen, da „*Nachhaltigkeit das Ziel ist, für das wir den Weg gemeinsam suchen müssen*“. Und dieser Weg ist nicht immer gleich für alle Branchen, Betriebe und beruflichen Handlungen, da unterschiedliche Rahmenbedingungen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie und Soziales – gelten können. Wir haben deshalb die folgenden Materialien entwickelt:

1. BBNE-Impulspapier (IP): Betrachtung der Schnittstellen von Ausbildungsordnung, Rahmenlehrplan und den Herausforderungen der Nachhaltigkeit in Anlehnung an die SDGs der Agenda 2030;
2. BBBNE-Hintergrundmaterial (HGM): Betrachtung der SDGs unter einer wissenschaftlichen Perspektive der Nachhaltigkeit im Hinblick auf das Tätigkeitsprofil eines Ausbildungsberufes bzw. auf eine Gruppe von Ausbildungsberufen, die ein ähnliches Tätigkeitsprofil aufweisen;
3. BBNE-Foliensammlung (FS) und Handreichung (HR): Folien mit wichtigen Zielkonflikten – dargestellt mit Hilfe von Grafiken, Bildern und Smart Arts für das jeweilige Berufsbild, die Anlass zur Diskussion der spezifischen Herausforderungen der Nachhaltigkeit bieten. Das Material liegt auch als Handreichung (HR) mit der Folie und Notizen vor.

## 1.3 Berufliche Bildung für Nachhaltige Entwicklung

### 1.3.1 Die Standardberufsbildposition “Umweltschutz und Nachhaltigkeit”

Seit August 2021 müssen auf Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) bei einer Modernisierung von Ausbildungsordnungen die 4 neuen Positionen "Umweltschutz und Nachhaltigkeit", Digitalisierte Arbeitswelt", Organisation des Ausbildungsbetriebs, Berufsbildung, Arbeits- und Tarifrecht" sowie "Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit" aufgenommen werden (BiBB 2021). Insbesondere die letzten beiden Positionen unterscheiden sich deutlich von den alten Standardberufsbildpositionen.

Diese Positionen begründet das BIBB wie folgt (BIBB o.J.a): "Unabhängig vom anerkannten Ausbildungsberuf lassen sich Ausbildungsinhalte identifizieren, die einen grundlegenden Charakter besitzen und somit für jede qualifizierte Fachkraft ein unverzichtbares Fundament kompetenten Handelns darstellen" (ebd.).

Die Standardberufsbildpositionen sind allerdings allgemein gehalten, damit sie für alle Berufsbilder gelten (vgl. BMBF 2022). Eine konkrete Operationalisierung erfolgt üblicherweise durch Arbeitshilfen, die für alle Berufsausbildungen, die modernisiert werden, erstellt werden. Die Materialien der PA-BBNE ergänzen diese Arbeitshilfen mit einem Fokus auf Nachhaltigkeit und geben entsprechende Anregungen (vgl. BIBB o.J.b). Das Impulspapier zeigt vor allem in tabellarischen Übersichten, welche Themen der Nachhaltigkeit an die Ausbildungsberufe anschlussfähig sind.

Die neue Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ ist zentral für eine BBNE, sie umfasst die folgenden Positionen (BMBF 2022).

- a) *“Möglichkeiten zur Vermeidung betriebsbedingter Belastungen für Umwelt und Gesellschaft im eigenen Aufgabenbereich erkennen und zu deren Weiterentwicklung beitragen*
- b) *bei Arbeitsprozessen und im Hinblick auf Produkte, Waren oder Dienstleistungen Materialien und Energie unter wirtschaftlichen, umweltverträglichen und sozialen Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit nutzen*
- c) *für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes einhalten*
- d) *Abfälle vermeiden sowie Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Wiederverwertung oder Entsorgung zuführen*
- e) *Vorschläge für nachhaltiges Handeln für den eigenen Arbeitsbereich entwickeln*
- f) *unter Einhaltung betrieblicher Regelungen im Sinne einer ökonomischen, ökologischen und sozial nachhaltigen Entwicklung zusammenarbeiten und adressatengerecht kommunizieren”*

Die Schnittstellen zwischen der neuen Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ werden in

- [Tabelle 1 – Die Standardberufsbildposition “Umweltschutz und Nachhaltigkeit”](#)

fortlaufend aufgezeigt. Mit Ausnahme der Position c) werden in der Tabelle alle Positionen behandelt. Die Position c) wird nicht behandelt, da diese vor allem ordnungsrechtliche Maßnahmen betrifft, die zwingend zu beachten sind. Maßnahmen zur Nachhaltigkeit hingegen sind meist freiwillige Maßnahmen und können, müssen aber nicht durch das Ordnungsrecht geregelt bzw. umgesetzt werden. In der Tabelle werden die folgenden Bezüge hergestellt:

- Spalte A: Positionen der Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“;
- Spalte B: Vorschläge für Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, die im Sinne der nachhaltigen Entwicklung wichtig sind;
- Spalte C: Bezüge zur Nachhaltigkeit;
- Spalte D: Mögliche Aufgabenstellungen für die Ausbildung im Sinne der Position 3e „Vorschläge für nachhaltiges Handeln entwickeln“;
- Spalte E: Zuordnung zu einem oder mehreren SDGs (Verweis auf das Hintergrundmaterial).

### 1.3.2 Die Berufsbildpositionen der Ausbildungsordnung und die Lernfelder

Nachhaltigkeit sollte integrativ vermittelt werden, sie sollte auch in den berufsprofil gebenden Berufsbildpositionen verankert werden (BIBB o.J.):

- *“Die berufsübergreifenden Inhalte sind von den Ausbilderinnen und Ausbildern während der gesamten Ausbildung integrativ, das heißt im Zusammenspiel mit den berufsspezifischen Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten, zu vermitteln.”*

Aus diesem Grund haben wir die jeweiligen Berufsbildpositionen sowie die Lernfelder des gültigen Rahmenlehrplanes gleichfalls betrachtet in

- [Tabelle 2: Berufsbildpositionen und Lernfelder mit Bezug zur Nachhaltigkeit](#)

Die Betrachtung ist beispielhaft, es wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben. Folgende tabellarische Darstellung wurde gewählt:

- Spalte A: Berufsbildposition und Lernfeld(er)
- Spalte B: Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten gemäß Ausbildungsordnung (AO) sowie Lernfelder des Rahmenlehrplans (RLP, kursive Zitierung). Explizite Formulierungen des RLP zu Themen der Nachhaltigkeit werden als Zitat wiedergegeben;
- Spalte C: Beispielhafte Bezüge zur Nachhaltigkeit;
- Spalte D: Referenz auf die jeweilige Position der Standardberufsbildposition (siehe Tabelle 1, Spalte A).

### 1.3.3 Modulare Rahmenaufgaben

Zur Verbesserung der Anschaulichkeit der integrativen Förderung nachhaltigkeitsorientierter Kompetenzen werden in diesem Impulspapier exemplarische Aufgabenstellungen für die betriebliche oder berufsschulische Unterrichtung vorgeschlagen:

- Als erstes wird die Bedeutung von CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Umwelt vermittelt und anhand eines Praxisbeispiels eine Standort-Bilanzierung (CCF) aufgezeigt. So lernen die Auszubildenden, dass für jedes Unternehmen spezifische Maßnahmen getroffen werden müssen.
- Die Schülerinnen und Schüler lernen, den Begriff des Greenwashings anhand von Beispielen zu erklären, Greenwashing zu erkennen und das Sortiment des eigenen Betriebes dahingehend zu reflektieren.

### 1.3.4 Zielkonflikte und Widersprüche

Zielkonflikte und Widersprüche sind bei der Suche nach dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit immanent und für einen Interessenausgleich hilfreich. In dem Kapitel 7 werden beispielhafte Zielkonflikte aufgezeigt. Ergänzend werden in dem hierzu gehörigen Dokument auch einige Folien (pptx bzw. pdf) erstellt, die für Lernprozesse

verwendet werden können. Ein Beispiel für einen berufsbildbezogenen Zielkonflikt ist der folgende:

Händler\*innen würden gerne Produkte aus nachhaltiger Produktion anbieten, jedoch ist die Kundennachfrage nicht vorhanden, bzw. sind die Kundinnen und Kunden nicht bereit, möglicherweise höhere Preise zu bezahlen. Hier besteht ein Zielkonflikt zwischen kostengünstigen Waren und deren ökologischer und sozial fairer Produktion.

### 1.3.5 Hinweis für handwerkliche, kaufmännische und Industrieberufe

Die in den folgenden Tabellen 1 und 2 im didaktischen Impulspapier (IP), im Hintergrundmaterial (HGM) sowie in den Foliensätzen zu den Zielkonflikten (FS) vorgeschlagenen Hinweise zu Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten bzw. Lernfelder, Aufgabenstellungen und Zielkonflikte bilden den in 2022 aktuellen Stand der Entwicklungen in Hinsicht auf technische Verfahren, Dienstleistungen und Produkte in Bezug auf Herausforderungen der Nachhaltigkeit bzw. deren integrative Vermittlung in den verschiedenen Berufen dar. Sie enthalten Anregungen und Hinweise ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Mit Lesen dieses Textes sind Sie als Ausbilder:innen und Berufsschullehrkräfte eingeladen, eigene Anregungen in Bezug auf die dann jeweils aktuellen Entwicklungen in ihren Unterricht einzubringen. Als Anregungen dient diesbezüglich z.B. folgende hier allgemein formulierte Aufgabenstellung (analog zu IP, Tabelle 1), die Sie in Ihren Unterricht aufnehmen können:

Recherchieren Sie (ggf. jeweils alternativ:) Methoden, Verfahren, Materialien, Konstruktionen, Produkte oder Dienstleistungen, die den aktuellen Stand der (technischen) Entwicklung darstellen und die in Hinblick auf die Aspekte der Nachhaltigkeit (ökologisch, sozial-kulturell und/oder ökonomisch) bessere Wirkungen und/oder weniger negative Wirkungen erzielen als die Ihnen bekannten, eingeführten und „bewährten“ Ansätze.

## 2. Glossar

- AO Ausbildungsordnung
- BBNE Berufliche Bildung für Nachhaltige Entwicklung
- BNE Bildung für Nachhaltige Entwicklung
- CO<sub>2</sub>-Äq Kohlendioxid-Äquivalente
- FS Foliensammlung mit Beispielen für Zielkonflikte
- HGM Hintergrundmaterial (wissenschaftliches Begleitmaterial)
- IP Impulspapier (didaktisches Begleitmaterial)
- RLP Rahmenlehrplan

- SBBP Standardberufsbildposition
- SDG Sustainable Development Goals
- THG Treibhausgase bzw. CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>-Äq)

### 3. Literatur

- BGBl (2017): Verordnung über die Berufsausbildungen zum Verkäufer und zur Verkäuferin sowie zum Kaufmann im Einzelhandel und zur Kauffrau im Einzelhandel\* (Verkäufer- und Einzelhandelskaufleuteausbildungsverordnung – VerkEhkflAusbV)  
<https://www.gesetze-im-internet.de/verkehkflausbv/VerkEhkflAusbV.pdf>
- BIBB Bundesinstitut für berufliche Bildung (o.J.): Nachhaltigkeit in der Ausbildung. Online: [www.bibb.de/de/142299.php](http://www.bibb.de/de/142299.php)
- BIBB Bundesinstitut für berufliche Bildung (2021): Vier sind die Zukunft. Online: [www.bibb.de/de/pressemitteilung\\_139814.php](http://www.bibb.de/de/pressemitteilung_139814.php)
- BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (o.J.a): FAQ zu den modernisierten Standardberufsbildpositionen. Online: <https://www.bibb.de/de/137874.php>
- BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (o.J.b): Ausbildung gestalten. Online: <https://www.bibb.de/dienst/veroeffentlichungen/de/publication/series/list/2>
- BMBF (o.J.): Was ist BNE. Online: <https://www.bne-portal.de/bne/de/einstieg/was-ist-bne/was-ist-bne.html>
- BMBF Bundesministerium für Bildung und Forschung (2022): Digitalisierung und Nachhaltigkeit – was müssen alle Auszubildenden lernen? Online: [www.bmbf.de/bmbf/de/bildung/berufliche-bildung/rahmenbedingungen-und-gesetzliche-grundlagen/gestaltung-von-aus-und-fortbildungsordnungen/digitalisierung-und-nachhaltigkeit/digitalisierung-und-nachhaltigkeit](http://www.bmbf.de/bmbf/de/bildung/berufliche-bildung/rahmenbedingungen-und-gesetzliche-grundlagen/gestaltung-von-aus-und-fortbildungsordnungen/digitalisierung-und-nachhaltigkeit/digitalisierung-und-nachhaltigkeit)
- Bundesregierung (o.J.): Globale Nachhaltigkeitsstrategie – Nachhaltigkeitsziele verständlich erklärt. Online: [www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-verstaendlich-erklart-232174](http://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-verstaendlich-erklart-232174)
- Destatis Statistisches Bundesamt (2022): Indikatoren der UN-Nachhaltigkeitsziele. Online: <http://sdg-indikatoren.de/>
- KMK/BMZ Kultusministerkonferenz / Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2015): Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung. Online: [www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2015/2015\\_06\\_00-Orientierungsrahmen-Globale-Entwicklung.pdf](http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2015/2015_06_00-Orientierungsrahmen-Globale-Entwicklung.pdf)
- KMK (2021): Kompetenzorientiertes Qualifikationsprofil für den Unterricht der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe  
[https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2021/2021\\_06\\_17-Berufsschule-Unterricht-Wirtschafts-Sozialkunde.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2021/2021_06_17-Berufsschule-Unterricht-Wirtschafts-Sozialkunde.pdf)
- KMK Kultusministerkonferenz (2021): Rahmenlehrplan für die Ausbildungsberufe Kaufmann im Einzelhandel und Kauffrau im Einzelhandel Verkäufer und Verkäuferin.



Online:

<https://www.kmk.org/fileadmin/pdf/Bildung/BeruflicheBildung/rlp/KfmEinzelhandelVerkaeufer04-06-17idF16-09-16-E.pdf>

## 4. Tabelle 1 – Die Standardberufsbildposition “Umweltschutz und Nachhaltigkeit”

Standardberufsbild position	Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten	Bezüge zur Nachhaltigkeit	Mögliche Aufgabenstellungen im Rahmen von 3e “Vorschläge für nachhaltiges Handeln entwickeln”	SDG
3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen des Leitbilds der Nachhaltigkeit und des ehrbaren Kaufmanns, auch hinsichtlich der Sortimentsgestaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umgang mit Umwelt- und Klimarisiken</li> <li>• Eintreten für Menschenrechte</li> <li>• Austausch mit Kunden und Lieferanten und Marktteilnehmer*innen zu Nachhaltigkeit</li> <li>• Verantwortung gegenüber Mitarbeiter*innen</li> <li>• Engagement für das Gemeinwesen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gespräch mit Umwelt-/Nachhaltigkeits-Verantwortlichen über Nachhaltigkeit und Unternehmenswerte führen und Eckpunkte schriftlich festlegen.</li> <li>• Falls es bereits ein Leitbild zur Nachhaltigkeit gibt, dieses hinsichtlich der alltäglichen Umsetzung prüfen und mit anderen Mitarbeitenden diskutieren.</li> <li>• Ein Beispiel eines anderen - aber vergleichbaren - Unternehmens für gesellschaftliches Engagement recherchieren und im Team vorstellen.</li> <li>• Agenda für einen "Branchen Austausch" mit Kund*innen, Lieferant*innen und Mitbewerber*innen zum Thema “nachhaltige Geschäftspraktiken” erstellen.</li> </ul>	SDG 8, SDG 9 SDG 4
3a - Gesellschaft und Umwelt - Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferkette der eigenen Produkte recherchieren und bewerten können</li> <li>• direkte Vorlieferanten hinsichtlich Nachhaltigkeit sensibilisieren können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sorgfaltspflichten entlang der gesamten Lieferkette</li> <li>• Menschenrechte und Umweltstandards über die Landesgrenzen hinaus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung eines digitalen Austauschs mit Lieferant*innen anstoßen und über Nachhaltigkeit diskutieren (z.B. Verpackung, Transport, Warenmengen).</li> <li>• Für eigene Produkte relevante Siegel recherchieren und zusammenstellen.</li> <li>• Produkte recherchieren, die Siegel im Bereich Nachhaltigkeit aufweisen und mit der Geschäftsführung einen Austausch von “konventionellen” Produkten besprechen.</li> <li>• Betrachtung der Wertschöpfungskette des meistverkauften Produktes und Überlegung, welche SDGs sich zu welchem Schritt in der Wertschöpfung anwenden lassen.</li> </ul>	SDG 8 SDG 15
3a - Umwelt - THG-Emissionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereiche mit hohem Ausstoß an THG-Emissionen für das eigene Unternehmen kennen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevante Klima-Kennzahlen erfassen und Dokumentieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scope 1, 2 und 3 der Klimaemissionen bewerten und den Posten mit dem größten Impact identifizieren und Verbesserungsvorschläge entwickeln.</li> </ul>	SDG 13
3a - Umwelt - Digitalisierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen der Digitalisierung auf die Umwelt verstehen und erklären können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papierbedarf/-verbrauch</li> <li>• papierloses Büro</li> <li>• digitaler Müll</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Statement zum papierlosen Büro im Einzelhandel verfassen (z.B. der blaue Engel).</li> <li>• Auswirkungen der Digitalisierung auf die Umwelt</li> </ul>	SDG 12 SDG 13

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Green-IT</li> </ul>	recherchieren und einem Mitschüler oder einer Mitschülerin erklären <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Konzept erstellen, wie im Betrieb verantwortungsvoll mit digitalem Müll umgegangen werden kann (z.B. alle zwei Wochen am Freitag digitale Löschkaktion von Mails, Fotos und nicht benötigten Dokumenten bzw. die Ablage dieser).</li> </ul>	
3a - Umwelt - Schadstoffe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mögliche Schadstoffe in Handelswaren kennen und identifizieren können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• umwelt- und gesundheitsschädliche Inhaltsstoffe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das eigene Produktportfolio der Kosmetikprodukte anschauen und bestimmen, welche Produkte Nanomaterialien enthalten.</li> </ul>	SDG 3 SDG 12
3b - Energie - Allgemein	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Formen der Energiegewinnung kennen und anhand von Nachhaltigkeitskriterien beurteilen können</li> <li>• Wissen, woher der Betrieb seinen Strom bezieht</li> <li>• Bereiche im Betrieb kennen, die einen hohen Energiebedarf aufweisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energieeffizienz</li> <li>• Energiesparen</li> <li>• Erneuerbare Energien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor- und Nachteile von fossilen sowie von erneuerbaren Energieträgern listen. In einem Rollenspiel verschiedene Aspekte dieser Energieträger diskutieren. Vorschläge machen, wie EE im eigenen Betrieb genutzt werden kann.</li> <li>• Energieverbrauch im Betrieb bestimmen: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ eine Liste mit Energieverbrauchern im Betrieb anfertigen (z.B. Kühlzellen, Beleuchtung, PCs, etc.)</li> <li>○ mit einem Energiemessgerät den Stromverbrauch der 220V-Geräte messen (Steckdosengeräte)</li> <li>○ den Energieverbrauch der Drehstromgeräte an Hand der technischen Daten bestimmen (Leistung mal Laufzeit)</li> <li>○ den Energieverbrauch der Beleuchtung an Hand der technischen Daten berechnen (Anzahl mal Leistung mal Beleuchtungszeit)</li> <li>○ den Energieverbrauch der Leuchtreklame bestimmen</li> <li>○ den Gas- und oder Fernwärme verbrauch bestimmen oder erfragen und ggf in Kilowattstunden umrechnen</li> <li>○ den Energieverbrauch der unterschiedlichen Verbrauchertypen und Energiequellen in Kreisdiagrammen erfassen</li> </ul> </li> <li>• Energiesparoptionen im Betrieb entwickeln/recherchieren und in einem Bericht zusammenfassen.</li> </ul>	SDG 7 SDG 13
3b - Energie - Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energiebedarf (Treibstoffverbrauch) durch Mobilität im Betrieb verstehen und optimieren können</li> <li>• Verstehen, warum Waren mit kurzen Transportwegen hinsichtlich Klima- und</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilität von Mitarbeitenden</li> <li>• regionale Beschaffung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung der Kolleg*innen nach Distanz des Anfahrtsweges und Nutzung des Verkehrsmittels.</li> <li>• Befragung der Kolleg*innen, ob eine Anfahrt auch mit ÖPNV oder Fahrrad möglich wäre und unter welchen Umständen Sie auf das eigene Auto verzichten würden.</li> </ul>	SDG 12,13, 7

	Energie vorteilhaft sind		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergleich der Liefer Ursprünge von Gemüse und Obst im Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ woher kommen diese?</li> <li>○ Welche Produkte könnten auch regional geliefert werden?</li> </ul> </li> </ul>	
3b - Materialien - Wasser	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieblichen Wasserbedarf kennen und Einsparungsmöglichkeiten erkennen/erarbeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wasserverbrauch reduzieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche zu Wasser als Ressource durchführen und einem Mitschüler oder einer Mitschülerin einen nachhaltigen Umgang mit Wasser sowie zukünftige Herausforderungen der Wasserversorgung durch die Klimakrise erklären.</li> <li>• Den betrieblichen Wasserverbrauch erfassen und eine Liste erstellen, wofür und wie viel Wasser benötigt wird <ul style="list-style-type: none"> <li>○ anhand eines Beispiels ermitteln, welche Veränderungen/Anschaffungen für einen effizienten Umgang mit Wasser nötig wären und die finanziellen Effekte berechnen (Kosten für Umrüstungen vs. Einsparung von Wasser - und Abwasser)</li> <li>○ ein Beratungsgespräch für die Betriebsleitung vorbereiten und Argumente (inkl. Nachhaltigkeitsaspekte) für eine Optimierung sammeln</li> </ul> </li> <li>• Das Konzept "virtuelles Wasser" in einem Factsheet darstellen und auf spezifische Bereiche eigener Handelswaren übertragen.</li> </ul>	SDG 6

3b - Materialien - Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebsmittel hinsichtlich Nachhaltigkeit bewerten, umstellen oder reduzieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herkunft von Ressourcen inkl. sozialen Folgen und Auswirkungen auf die Umwelt</li> <li>• Ressourcen Bewusstsein und Ressourcenkompetenz</li> <li>• Planetare Grenzen und Endlichkeit von Ressourcen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestimmung der Verbrauchsmengen von Betriebsmittel im eigenen Betrieb (Papier, Putzmittel, Zellstoff, Putzmaterialien, Spül- und Desinfektionsmittel etc.).</li> <li>• Recherche, ob es zu den erfassten Produkten Alternativen gibt, die z.B. mit dem Blauen Engel gekennzeichnet sind.</li> <li>• Berechnung der Mehrkosten für zertifizierte oder nachweislich nachhaltigere Produkte.</li> <li>• Ein Argumentationspapier erarbeiten, wieso ein nachhaltiger Umgang mit Betriebsmitteln wichtig für die Umwelt ist.</li> <li>• Einkaufspolicy / Beschaffungsrichtlinie mit hilfreichen Tipps zu nachhaltigen Geschäften / Onlineshops und Produkten in der direkten Umgebung erstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inventurliste aller verwendeten Materialien erstellen</li> <li>○ Gibt es Alternativen für nicht-nachhaltige Produkte?</li> <li>○ Kontakte zu lokalen/regionalen Produzenten- und Zulieferern herstellen</li> <li>○ Projektarbeit: Betriebsküche oder gemeinschaftlicher Einkauf auf Fair Trade, vegetarische Verpflegung oder Bio umstellen</li> <li>○ Liste mit allen Geräten (Telefone, Tablets, Computer) erstellen und betriebsinternes Sharing ermöglichen</li> <li>○ Recyclingmöglichkeiten von Materialien (z.B. von Umverpackungen) in Information für Mitarbeiter*innen zusammenstellen und verteilen</li> <li>○ Vorteile der Ressourceneinsparung durch Verlängerung der Nutzungsdauer, Reparatur und Recycling bei Rückfragen erklären können</li> <li>○ Materiallager für langlebige Dekorationsmaterialien anlegen und wiederverwenden (Weihnachten, Frühling, Ostern usw.).</li> </ul> </li> </ul>	SDG 12
3b - Materialien - Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handelswaren hinsichtlich Nachhaltigkeit bewerten und das Sortiment anpassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herkunft von Ressourcen inkl. sozialen Folgen und Auswirkungen auf die Umwelt</li> <li>• Ressourcen Bewusstsein und Ressourcenkompetenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lieferkette eines der meistverkauften Produkte mit globaler Lieferkette betrachten, Herausforderungen in Hinsicht auf die SDG von globalen Lieferketten einem Mitschüler oder einer Mitschülerin erklären können (z.B. Vermeidung von Kinderarbeit, umweltschädlicher Rohstoffabbau und Produktion, präkäre Arbeitsbedingungen, Arbeitsschutz etc.).</li> <li>• Diskussion über den Umgang mit Handelswaren, die aus</li> </ul>	SDG 12

			<p>Nachhaltigkeit besonders problematisch sind. Können wir auf Lieferanten einwirken? Gibt es auf dem Markt Alternativen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen zu Reparatur- und Recycling-Möglichkeiten der verkauften Waren zusammenstellen.</li> </ul>	
3d - Abfälle vermeiden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Müllaufkommen im Betrieb kennen und Optimierungen durchführen können (Reduce, Reuse, Recycle; Reparatur)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Müllvermeidung (v.a. Verpackungen)</li> <li>• Mülltrennung</li> <li>• Reparatur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untersuchung des betrieblichen Abfallaufkommens - welche Fraktionen fallen an?</li> <li>• betriebliche Müllentsorgung anhand von örtlichen Regelungen zur Mülltrennung überprüfen und Vorschläge zur Optimierung machen. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Information zu "Müll trennen und richtig entsorgen" für Mitarbeiter*innen erstellen und verteilen</li> <li>○ Informationen zur Mülltrennung im Betrieb bereitstellen - z.B. an den Mülleimern, Mülltrennungskonzept erstellen und ggf. Anschaffung von neuen Behältnissen organisieren</li> </ul> </li> <li>• Untersuchung des Aufkommens von Elektroschrott und damit zusammenhängenden Verbrauchsmaterialien (z.B. Toner) und Bestimmung der Nutzungsdauer der Geräte.</li> <li>• s. 3d Rohstoffe</li> </ul>	SDG 12
3f - Nachhaltigkeit kommunizieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung und Marketing zur Nachhaltigkeit / Kundenkommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Greenwashing</li> <li>• Hochwertige Bildung für Nachhaltigkeit im Sinne der Positionen 3a, 3b und 3d</li> <li>• Kundenwünsche im Sinne der Nachhaltigkeit erfüllen können</li> <li>• Kundinnen und Kunden für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oben genannte Aufgabenstellungen im Betrieb und in der Berufsschule beispielhaft umsetzen.</li> <li>• Kooperationen mit weiteren Einzelhändler*innen suchen, um gemeinsame Weiterbildungen / Austausch zu organisieren.</li> <li>• Informationen zur Nachhaltigkeit von Produkten im Sortiment für Kundinnen und Kunden sichtbar machen.</li> <li>• Leitfaden entwickeln für Gespräche mit an Nachhaltigkeit interessierten Kund*innen.</li> <li>• Erstellen eines A/B Testings für Marketing mit und ohne Nachhaltigkeit Bezügen.</li> <li>• Beispiele für Greenwashing aus der eigenen Branche recherchieren und den Kolleg*innen als "worst-practice" vorstellen.</li> </ul>	SDG 4

## 5. Tabelle 2: Berufsbildpositionen und Lernfelder mit Bezug zur Nachhaltigkeit

Berufsbildposition / Lernfeld	Fertigkeiten,(kursiv: Lernfelder des RLP)	Beispielhafte Bezüge zur Nachhaltigkeit	Standardberufsbildposition
Waren- und Dienstleistungsangebot des Ausbildungsbetriebes (§ 4 Absatz 2 Nr 1) <i>Lernfeld 1,2,4,7, 3</i>	c) Informationsquellen zum Erwerb von Kenntnissen über Waren nutzen d) Kunden über Eigenschaften und Möglichkeiten der Verwendung von Waren aus dem Warenbereich, in dem ausgebildet wird, unter Berücksichtigung von Aspekten der Nachhaltigkeit informieren  <i>Lernfeld 1: " Sie erläutern das Unternehmensleitbild, die ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie die gesamtgesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens." Lernfeld 7: "...beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte" Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein ..."</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quellen zu belastbaren Informationen über nachhaltige Produkte kennen (z.B. Umweltbundesamt, Fachverbände, Verbraucherzentrale, Institute).</li> <li>• Hintergrundwissen zur Nachhaltigkeit von Produkten recherchieren können.</li> <li>• Nachfragen bei Produzenten hinsichtlich Nachhaltigkeit vorbereiten (z. B. zur Notwendigkeit von Verpackungen).</li> <li>• Nachhaltige Siegel und deren Glaubwürdigkeit recherchieren und für das eigene Kernsortiment anwenden können.</li> <li>• Nachhaltigkeit von Produkten hinsichtlich der Lieferkette kennen und darüber informieren können, z.B. Herkunft oder Anbau, verwendete Materialien, Langlebigkeit und Entsorgung.</li> <li>• Wissen, welche weiteren Informationsmaterialien an Kund*innen weitergegeben werden können.</li> <li>• Den Kund*innen Empfehlungen zur selbstständigen Recherche geben, dazu die bekannten Informationsquellen mit Kundinnen und Kunden teilen, damit diese befähigt werden, sich selbstständig mit dem Themenkomplex Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.</li> </ul>	3a - Gesellschaft - vorgelagerte Lieferkette  3b - Materialien - Rohstoffe
<i>Lernfeld 1,2,4,5,7,3</i>	e) Kunden über das Dienstleistungsangebot des Betriebes informieren f) Warenkennzeichnungen, Fachbegriffe und handelsübliche Bezeichnungen, auch fremdsprachige, für Waren und Dienstleistungen anwenden <i>Lernfeld 1, 2, 7: s.o. Lernfeld 5: "Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dienstleistungsangebot hinsichtlich Nachhaltigkeit kennen und hervorheben: z.B. Reparaturservice, Geschenkverpackungsservice mit z.B. Zeitungspapier.</li> <li>• Nachhaltige Dienstleistungsangebote recherchieren und als Angebot für Kundinnen und Kunden im Betrieb besprechen.</li> <li>• Wichtige Begriffe aus der Kundenkommunikation bezogen auf Nachhaltigkeit kennen und in verwendeten Sprachen anwenden können.</li> <li>• Definitionen aus dem Bereich Nachhaltigkeit recherchieren und für andere in einer Liste zur Verfügung stellen.</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe 3f - Nachhaltigkeit kommunizieren
Warenpräsentation und Werbemaßnahmen (§ 4 Absatz 2 Nummer 2)	a) Konzepte für eine ansprechende Warenpräsentation erarbeiten und umsetzen, dabei Betriebs-, Verkaufs-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warenpräsentation zum Vorteil von Nachhaltigkeit hinsichtlich des Konzept des "Nudging" für nachhaltige Produkte kennen und</li> </ul>	3a - Gesellschaft - Nachhaltigkeit

Lernfeld 2,3,4,5	und Lagerform, Sortiment und Zielgruppen, allgemeine Regeln der Warenpräsentation ... berücksichtigen Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein ..." Lernfeld 5: "Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."	<ul style="list-style-type: none"> <li>nutzen.</li> <li>Nachhaltige Produkte bevorzugt platzieren.</li> <li>Nachhaltige Dekorationsmittel für Warenausstellungen kennen und verwenden (z.B. nachwachsende Rohstoffe).</li> <li>Wissen um Nachhaltigkeit von Dekorationsmaterialien aneignen und anwenden.</li> <li>Möglichkeiten der Wiederverwendung von Werbematerialien prüfen.</li> <li>Möglichkeiten ausloten, Werbematerialien bei Gelegenheit mit anderen Filialen auszutauschen.</li> <li>Langfristig die Reduktion von Werbematerialien priorisieren.</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe, 3a - Umwelt - Schadstoffe 3d - Abfälle vermeiden
Lernfeld 2,3,4,5,9	c) Preisänderungen im Rahmen der betrieblichen und rechtlichen Vorgaben vornehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konzept der "wahren Preise" (ökologische Auswirkungen z.B. bei Produktion mit einberechnet) kennen und erklären können.</li> </ul>	3a - Gesellschaft - Nachhaltigkeit 3a - Umwelt
Lernfeld 2,3,4,5	e) Kunden über Werbeaktionen informieren Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein ..." Lernfeld 5: "Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informationen unter Berücksichtigung des Papiersparens darstellen.</li> <li>Die Informationen vorrangig digital bereitstellen (Webseite, QR-Codes, Newsletter, Soziale Medien).</li> <li>Problem hinsichtlich Nachhaltigkeit von Briefsendungen, Flyer-Aktionen oder nicht nachhaltige Werbegeschenke kennen und Reduzierung/Substitution prüfen.</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe 3d - Abfälle vermeiden
Lernfeld 2,4,5,9	f) Konkurrenzbeobachtungen planen, durchführen und auswerten, Verbesserungen für den eigenen Betrieb vorschlagen Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein ..."	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ermitteln, wie Mitbewerber mit nachhaltigen Produkten oder Geschäftsmodellen am Markt agieren.</li> <li>Grenzen zwischen Wettbewerb und unlauterem Wettbewerb kennen und einhalten.</li> <li>Konzepte des fairen Handels (z.B. "Ehrbare Kaufleute") kennen und anwenden.</li> <li>Konkurrenzgedanken hinterfragen und zur Erreichung der 17 Ziele für Nachhaltige Entwicklung in Kooperationen denken: gemeinsame Anlieferung in großen Gebinden, um Verpackung zu sparen, Austausch zu Nachhaltigkeit und Anwendung nachhaltiger Geschäftspraktiken.</li> </ul>	3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit 3e - Vorschläge zum nachhaltigen Handeln
Lernfeld 4,5	g) Vorschläge für Verbesserungen bei der Warenpräsentation erarbeiten, begründen und umsetzen Lernfeld 5: "Sie beziehen Serviceleistungen als Mittel der	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideen entwickeln, wie Nachhaltigkeitsaspekte bestimmter Produkte besser kommuniziert werden können.</li> <li>Argumentation zum Einsatz nachhaltiger Waren Präsentationsformen gegenüber der Geschäftsführung sammeln,</li> </ul>	3f - Nachhaltigkeit kommunizieren 3b - Materialien - Rohstoffe



	<i>Kundenbindung ein. ... Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus.</i>	<p>z.B. digitale Preisschilder oder Verwenden von Recyclingmaterialien, Plastik sparen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige Dekoration für Warenpräsentation auswählen können (z.B. kein Plastik, wiederverwertbare Materialien aus Materialpool).</li> </ul>	
<i>Lernfeld 6,7,8 Lernfeld 7,8</i>	<p>d) Warenbestände auf Menge und Qualität kontrollieren e) bei der Vorbereitung und Durchführung von Inventuren mitwirken, dabei die rechtlichen Bestimmungen beachten und Arbeits- und Organisationsmittel einsetzen</p> <p><i>Lernfeld 6: "Die Schülerinnen und Schüler beschaffen Waren und berücksichtigen ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Möglichkeiten prüfen, abgelaufene Waren über gemeinnützige Organisationen (Tafel e.V.) zur Verfügung zu stellen.</li> <li>Rechtliche Rahmenbedingungen zum Verschenken abgelaufener Waren direkt im Ladengeschäft kennen.</li> <li>Qualität auch im Hinblick auf die vergebenen Nachhaltigkeitssiegel kontrollieren können.</li> <li>Bestellungen optimieren können, um den Ausschuss zu reduzieren.</li> <li>Platz und Anlieferung (Transport) von Ware in Verhältnis setzen und entsprechend Bestellungen durchführen können.</li> <li>Darauf hinweisen, dass nach Möglichkeit die Inventur digital durchgeführt und so Papier gespart wird.</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe, 3a - Umwelt - Schadstoffe 3b - Materialien - Rohstoffe</p>
<i>Warenannahme und -lagerung (§ 4 Absatz 2 Nummer 5) Lernfeld 7</i>	<p>a) Warenmenge kontrollieren und Verpackung auf Transportschäden überprüfen sowie bei Bedarf betriebsübliche Maßnahmen einleiten</p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktive Ansprache von Lieferanten, zur Reduzierung von Verpackungen. Auch ein Angebot gänzlich unverpackter Waren mit überprüfen</li> <li>Vorschläge machen, Waren, deren Transportschäden die Ware unverkäuflich machen, z.B. gemeinnützigen sozialen Trägern zur Verfügung zu stellen</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe 3e - Vorschläge zum nachhaltigen Handeln</p>
<i>Lernfeld 7</i>	<p>b) Warenbelege und Frachtpapiere unter Berücksichtigung der betrieblichen Vorgaben kontrollieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anregungen, eine digitale Nutzung anzufragen und zu prüfen.</li> </ul>	<p>3a - Umwelt - Digitalisierung</p>
<i>Lernfeld 7</i>	<p>c) Waren sachgerecht lagern und pflegen</p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bei Kühlwaren Geräte mit hoher Energieeffizienzklasse recherchieren.</li> <li>Möglichkeiten zu einer Förderung hinsichtlich Energieeffizienz recherchieren.</li> <li>Wissen, wie pfleglich mit Waren umgegangen werden kann, damit diese nicht kaputt gehen (z.B. temperaturabhängige Lagerung).</li> </ul>	<p>3b - Energie - Allgemein</p>
<i>Lernfeld 7 Lernfeld 7</i>	<p>e) Lagergrundsätze beachten, Lagerbestandskontrollen durchführen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wissen, wie Lager organisiert sind. Ein strukturierter Überblick ermöglicht optimale Warenbestellungen.</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe</p>

	<p>g) im Lager und beim Umgang mit Verpackungen ökonomische und ökologische Anforderungen berücksichtigen, insbesondere Energie sparsam einsetzen</p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lagerregeln zur Vermeidung von Feuchtigkeit- und Frostschäden anwenden können</li> <li>• Betriebliche Müllentsorgung anhand von örtlichen Regelungen zur Mülltrennung überprüfen und ggf. optimieren. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Information zu "Müll trennen und richtig entsorgen" für Mitarbeiter*innen erstellen und verteilen</li> <li>◦ Informationen zur Mülltrennung im Betrieb bereitstellen - z.B. an den Mülleimern, Mülltrennungskonzept erstellen und ggf. Anschaffung von neuen Behältnissen organisieren</li> </ul> </li> <li>• Tipps zur Entsorgung von E-Schrott erstellen und Sammelbehältnisse aufstellen.</li> <li>• Bewegungssensoren im Lager gezielt einsetzen können und/oder Zeitschaltuhren für die Beleuchtung verwenden.</li> <li>• Energiebedarf von Maschinen beurteilen können (Einsatz nur, wenn sinnvoll, Ausschalten/Herunterfahren nach Einsatz).</li> <li>• Energiebedarf der Beleuchtung kennen und ggf. reduzieren, bzw. energiesparende Beleuchtungsformen nutzen bzw. Anschaffung solcher anregen.</li> </ul>	3d - Abfälle vermeiden
<p>Verkaufen von Waren (§ 4 Absatz 2 Nummer 6)</p> <p><i>Lernfeld 2,3,10</i></p>	<p>a) auf Kunden mit Vorrang vor anderen Arbeiten freundlich und hilfsbereit eingehen, verbale und nonverbale Kommunikationsformen einsetzen und auf Kundenverhalten situationsgerecht reagieren</p> <p>d) Ergänzungs-, Ersatz- und Zusatzartikel sowie Serviceleistungen anbieten und die Kaufentscheidung fördern</p> <p><i>Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein"</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Kundinnen und Kunden unabhängig von Beruf, Geschlecht, Hautfarbe, Aus-(Sprache), Religion, Herkunft, körperlichen Handicaps respektvoll, freundlich, interessiert und wohlwollend, also wertschätzend, behandeln können.</li> <li>• Mögliche Handicaps von Kund:innen erkennen und proaktiv reagieren (Rollstuhl, Blindheit etc.) können.</li> <li>• Vorteile nachhaltiger Produktwahl unaufdringlich vermitteln können.</li> <li>• Zusatzangebote zur Nachhaltigkeit kennen und anbieten (z.B. Reparaturservice, digitale Beratung, barrierefreie Services, etc.).</li> <li>• Dem Kunden im Beratungsgespräch nach Bestimmung seiner Präferenzen für eine bestimmte Produktart, verschiedene Angebote je nach Ausgestaltung der Nachhaltigkeit unterbreiten und die jeweiligen Vor- oder Nachteile herausstellen können.</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit</p> <p>3b - Materialien - Rohstoffe</p>
<i>Lernfeld 2,10</i>	<p>g) das eigene Verkaufsverhalten reflektieren, bewerten und verbessern</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflektieren, ob die eigene Kundenkommunikation unabhängig von §4 Absatz 2 Nummer 6 a) genannten Kriterien stattgefunden hat.</li> <li>• Reflektieren, ob das eigene Verkaufsverhalten dazu führt, dass Kund*innen Waren kaufen, die sie nicht benötigen.</li> </ul>	3f - Nachhaltigkeit kommunizieren

<p>Servicebereich Kasse (§ 4 Absatz 2 Nummer 7) Lernfeld 3</p>	<p>a) die Kasse unter Beachtung der betrieblichen Kassieranweisungen vorbereiten und bedienen</p> <p>b) den Kassensbereich unter ergonomischen Gesichtspunkten beurteilen und das eigene Verhalten danach ausrichten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Recyclingpapier für Kassenzettel erwägen (blauer Kassenbon).</li> <li>• Wenn rechtliche Rahmenbedingungen es zulassen, evaluieren, auf digitale Kassenbons umzusteigen.</li> <li>• Ergonomische Verhaltensweisen recherchieren und für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sichtbar machen.</li> <li>• Vorteile ergonomische Sitzmöbel von der Geschäftsleitung formulieren (auf nachhaltige Beschaffung achten).</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe 3a - Gesellschaft - Gesundheit</p>
<p>Einzelhandelsprozesse (§ 5 Absatz 2 Nummer 8) Lernfeld 1,8,11</p>	<p>a) Organisation, Leistungen und Aufgaben entlang der Wertschöpfungskette des Ausbildungsbetriebes darstellen <i>Lernfeld 1: " Sie erläutern das Unternehmensleitbild, die ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie die gesamtgesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lieferkette des eigenen Betriebes kennen und beispielhaft anhand einzelner Waren darstellen können.</li> <li>• Nachhaltigkeits-Potenziale des Betriebs identifizieren, nennen und Umsetzungsvorschläge erstellen können (ggf. in der Umsetzung unterstützen).</li> <li>• Betriebsrundgang mit Mitarbeiter*innen anregen, um Nachhaltigkeitspotenziale gemeinsam zu identifizieren.</li> <li>• Dem Kunden oder der Kundin darlegen können, wie das Selbstverständnis zur Nachhaltigkeit im Unternehmen umgesetzt ist.</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe 3f Nachhaltigkeit kommunizieren</p>
<p>Lernfeld 1,8,11</p>	<p>b) Einkauf, Sortimentsgestaltung, logistische Prozesse und Verkauf als Kernprozesse des Einzelhandels in die Wertschöpfungskette einordnen, ... und Verbesserungen zur Prozessgestaltung vorschlagen <i>Lernfeld 1: " Sie erläutern das Unternehmensleitbild, die ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie die gesamtgesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebenszyklus der verkauften Waren vom Beginn der Lieferkette bis hin zum Produkt Lebensende durch Recherche nachvollziehen können.</li> <li>• Die 17 Ziele (oder eine relevante Auswahl daraus) für Nachhaltige Entwicklung auf die Wertschöpfungskette beziehen können, wesentliche Einflüsse darauf aus der eigenen Geschäftstätigkeit erkennen, Potentiale zur Mitwirkung an den Zielen ableiten und Maßnahmen zur Verstärkung positiver Effekte entwickeln.</li> <li>• Lokalen bzw. regionalen Einkauf von Produkten prüfen und erwägen, ob ein Produkt trotzdem im Sortiment bleiben soll, wenn lange Transportwege bestehen. Welche anderen Nachhaltigkeitskriterien könnten dann greifen (z.B. Siegel) Wer kann hinsichtlich blinden Flecken befragt werden?</li> <li>• Nachhaltigkeitsansprüche und rechtliche / politische Vorgaben von beauftragten Firmen erfragen/hinterfragen und beurteilen können.</li> <li>• Bei Beauftragung Nachhaltigkeit als wichtigen Beurteilungspunkt der Firma mit aufnehmen, dafür Ausschreibungsunterlagen überprüfen und der Geschäftsführung Änderungsvorschläge mitteilen.</li> <li>• Verschiedene Firmen bezüglich ihrer Nachhaltigkeit vergleichen und</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - vorgelagerte Lieferkette</p>

		<p>hinsichtlich eines Kriterienkatalogs beurteilen können und nachhaltige Firmen bevorzugen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Konzept des digitalen Produktpasses verstehen und anhand von Beispiel Produkten erklären können.</li> </ul>	
Lernfeld 6,7,8,11	<p>c) Optimierungsmöglichkeiten an den Schnittstellen zu Lieferanten und Herstellern aus Sicht des Verkaufs begründen und Vorschläge zu ihrer Umsetzung erarbeiten</p> <p>Lernfeld 6: "SuS beschaffen Waren und berücksichtigen ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</p> <p>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferungen über nachhaltige Transportmöglichkeiten anregen inkl. Mehrwegverpackungen, Energieeffizienz, Klimafreundlichkeit</li> <li>• Einkaufsgemeinschaften vorschlagen, damit in Kooperation mit anderen Einzelhändler*innen Verpackungsmaterial gespart und Logistik besser geplant werden kann.</li> </ul>	3a - Gesellschaft - vorgelagerte Lieferkette
Lernfeld 5,7,8,11,12,13	<p>e) die unterstützenden Prozesse Rechnungswesen, Personalwirtschaft, Marketing, IT-Anwendungen und warenwirtschaftliche Analysen im eigenen Arbeitsbereich nutzen und Vorschläge zur Optimierung der Zusammenarbeit machen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entscheiden können, wann digitale Anwendungen bevorzugt zu nutzen sind.</li> <li>• Nachhaltige Alternativen in der Büroarbeit kennen und wenn möglich umsetzen (Angebote werden digital oder mit Recyclingpapier erstellt; ein beidseitiger Druck wird bevorzugt; unnötiges Drucken vermeiden).</li> <li>• Wissen über "Datenmüll" aneignen und diesen vermeiden (z.B. nicht-relevante Mails löschen).</li> <li>• Energiesparmaßnahmen bei der Büroarbeit kennen und umsetzen (Bildschirme dimmen, PCs bei Nichtbenutzung ausschalten; bedarfsorientierte Beleuchtung, etc.).</li> <li>• Nachhaltige Suchmaschinen kennen und verwenden.</li> <li>• Methoden digitalen Managements kennen und anwenden können.</li> <li>• Digitale Formulare nutzen und hinsichtlich Datenschutz prüfen können.</li> <li>• Umgang mit Papier im eigenen Betrieb ermitteln und Verbesserungsoptionen erarbeiten (z.B. nicht verwendetes Papier als Schmierpapier verwenden, auf Recyclingpapier umsteigen, Drucker auf doppelseitigen Druck einstellen, etc.).</li> </ul>	3a - Umwelt - Digitalisierung 3b - Energie und Ressourcen
Lernfeld 8,9,11	<p>f) das betriebliche Controlling als Informations- und Steuerungsinstrument unterstützen und Ergebnisse des Controllings nutzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In das Controlling auch Daten zu Energie-, Gas- und Wasserverbräuchen einbeziehen und diese Daten dokumentieren.</li> <li>• Nichtfinanzielle Aspekte des Controllings und deren gesetzliche Grundlage recherchieren. (Berichtspflicht größerer Unternehmen im Kundenverhältnis kann Datengrundlage zu oben genannten Punkten</li> </ul>	3b - Energie - Allgemein; 3b - Materialien - Wasser

		notwendig machen).	
Lernfeld 8,11,14	h) zur Umsetzung betrieblicher Nachhaltigkeitsziele beitragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebliche Nachhaltigkeitsziele kennen und durch folgende Aspekte erfüllen und ergänzen:</li> <li>• aktives Energiesparen</li> <li>• Vorschläge aus dem Team aufnehmen, dokumentieren und intern besprechen</li> <li>• die eigene Mobilität kritisch hinterfragen</li> <li>• Fair Trade auch in der Betriebsküche</li> <li>• Mehrwegsysteme als Verpackung anbieten</li> </ul>	3b - Energie - Mobilität
Sicherstellung der Warenpräsenz (§ 4 Absatz 3 Satz 1 Nr 1)  Lernfeld 6,7,8	<p>d) optimale Bestände ermitteln, Auswirkungen von zu hohen und zu niedrigen Beständen analysieren und Vorschläge zur Bestandsoptimierung ableiten</p> <p>f) die Verfügbarkeit des Warenangebots unter Berücksichtigung saisonaler, nachfrage-, aktions- und frequenzbedingter Einflussfaktoren sowie unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten kontrollieren und im Bedarfsfall geeignete Maßnahmen einleiten</p> <p><i>Lernfeld 6: "Die SuS beschaffen Waren und berücksichtigen ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• leicht verderbliche Waren identifizieren und exotische Waren wie spezielle Früchte etc. nur auf Kundenanfrage hin bestellen.</li> <li>• Überprüfen, welche Bestellungen ein Mindesthaltbarkeitsdatum besitzen und diese nur in den benötigten Mengen bestellen.</li> <li>• Vorschlagen, zeitlose und langlebige Produkte zu bevorzugen.</li> <li>• Saisonale, lokale Produkte eindeutig ausweisen können.</li> <li>• Im Sinne der Nachhaltigkeit Frequenz von Sortimentsänderungen überdenken (Stichwort Fast Fashion).</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe</p> <p>3d - Abfälle vermeiden</p>
Beratung von Kunden (§ 4 Absatz 3 Satz 1 Nummer 2)  Lernfeld 2,10 Lernfeld 2,10	<p>a) Verkaufs- und Beratungsgespräche erfolgsorientiert führen und dabei vertiefte Kenntnisse ... anwenden</p> <p>d) die Bedeutung von Qualitäts- und Gütesiegeln im Verkaufs- und Beratungsgespräch herausstellen</p> <p><i>Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein"</i></p> <p>e) Trends und aktuelle Entwicklungen beobachten und als Verkaufsargumente nutzen</p> <p><i>Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein"</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwei Produkte einer Warengruppe hinsichtlich Nachhaltigkeitsleistung gegenüberstellen können.</li> <li>• Nachhaltigkeitsbezogene Siegel kennen und hinsichtlich Seriosität und Aussagekraft beurteilen können.</li> <li>• Brancheninitiativen kennen und deren Bedeutung in Bezug auf die Nachhaltigkeitsleistung eines Produktes erklären können. Was bedeutet Fairtrade?</li> <li>• Nachhaltigkeitstrends kritisch hinterfragen können. (Stichwort: Greenwashing).</li> <li>• Trends nachhaltig gehandelter und produzierter Waren (z.B. Fairtrade, Verpackungsfrei, Mehrwegsysteme etc.) kennen und erklären können.</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren</p> <p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit</p>

<p>Kassensystem Daten und Kundenservice (§ 4 Absatz 3 Satz 1 Nr 3) Lernfeld 3</p>	<p>b) Kunden beim Kassiervorgang Serviceleistungen anbieten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorschlagen, gebrauchte leere Kartons zur Beförderung des Einkaufs anzubieten.</li> <li>• Anregungen, Angebote von Plastiktüten zwecks Transport soweit möglich zu minimieren.</li> <li>• Möglichkeit zur Rückgabe von Batterien im Kassensbereich recherchieren und umsetzen.</li> <li>• Spendenmöglichkeiten für soziale oder ökologische Projekte präsentieren.</li> <li>• Pfandsysteme vorstellen können</li> </ul>	<p>3d - Abfälle vermeiden 3a - Wiederverwendung 3f - Nachhaltigkeit kommunizieren</p>
<p>Werbung und Verkaufsförderung (§ 4 Absatz 3 Satz 1 Nr 4) Lernfeld 5</p>	<p>b) Werbekosten und Werbeerfolg beurteilen c) Werbemittel und Werbeträger ziel- und kostenorientiert auswählen und einsetzen</p> <p>Lernfeld 5: "Sie beziehen Serviceleistungen als Mittel der Kundenbindung ein. ... Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Wareneinstellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbeerfolge von Kampagnen mit nachhaltigen und nicht nachhaltigen Produkten oder mit weniger Marketingmaterial gegenüberstellen.</li> <li>• Werbemittel unter Nachhaltigkeitsaspekten auswählen.</li> <li>• Anregen, den Einsatz von Printprodukten zu reduzieren. (Dafür altersentsprechend eine Sammlung von Links zur Verfügung stellen.)</li> <li>• Printprodukte in der Ausführung mit Recyclingpapier und mit umweltfreundlicher Farbe bedruckt bevorzugen.</li> <li>• Angebote für nachhaltige Druckverfahren (z.B. Latex) einholen.</li> </ul>	<p>3f - Nachhaltigkeit kommunizieren 3b - Materialien - Rohstoffe</p>
<p>Beratung von Kunden in komplexen Situationen (§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nummer 1) Lernfeld 2,3,10</p>	<p>e) Kunden über qualitäts- und preisbestimmende Merkmale sowie über Verwendungsmöglichkeiten der Waren informieren f) Merkmale von Herstellermarken und Handelsmarken im Beratungsgespräch herausstellen k) Informationsquellen zur Aneignung warenbezogener Kenntnisse nutzen m) Umtausch, Beschwerde und Reklamation ... lösen und dabei sowohl die Interessen des Unternehmens vertreten als auch kundenorientiert handeln</p> <p>Lernfeld 2: "Sie beziehen in das Verkaufsgespräch auch Serviceleistungen des Unternehmens ein"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erklären können, weshalb fair gehandelte Produkte teurer sind.</li> <li>• Den Lebenszyklus des Produktes kennen und darauf hinweisen, wie die Waren am besten zu recyceln sind.</li> <li>• Insbesondere Nachhaltigkeits Merkmale der Hersteller- und Handelsmarken kennen und im Kundengespräch benennen können.</li> <li>• Weitere Informationen zur Recherche weitergeben können</li> <li>• Informationsquellen zu Nachhaltigkeitsaspekten von Waren kennen und nutzen (z.B. Tierwohllabel)</li> <li>• Kund*innen darauf hinweisen, dass Waren bei Rückgabe gegebenenfalls entsorgt werden müssen. Gemeinsam eine nachhaltige Alternative zum Umtausch besprechen.</li> </ul>	<p>3f - Nachhaltigkeit kommunizieren</p>
<p>Beschaffung von Waren (§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nummer 2) Lernfeld 6,7,8,11</p>	<p>e) Vorschläge zur Gestaltung des Warensortiments nach Auswertung warenwirtschaftlicher Daten erarbeiten, dabei insbesondere ..., Nachhaltigkeit und die Wettbewerbssituation beachten, f) an der Herausnahme und Neuaufnahme von Waren mitwirken</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sortiment hinsichtlich Nachhaltigkeit überprüfen - nicht nur Endprodukt betrachten, sondern auch Waren mit z.B. viel Umverpackung hinterfragen können. Kriterienkatalog anwenden können: welche Waren werden wenig verkauft, sind nicht nachhaltig und können aus dem Sortiment genommen werden. Waren Wasser- und Frost-geschützt lagern können</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren 3d - Abfälle vermeiden</p>

	<p><i>Lernfeld 6: "Die SuS beschaffen Waren und berücksichtigen ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p> <p><i>Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einwegverpackungen vermeiden</li> <li>• Die Möglichkeit ausloten, unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien nicht-nachhaltige Produkte aus dem Sortiment zu nehmen und durch neue, nachhaltige Produkte ersetzen (langfristige Sortimentsumstellung).</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren
<p>Marketingmaßnahmen (§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nr 5)</p> <p><i>Lernfeld 12</i></p>	<p>a) die Marktsituation am Standort unter besonderer Berücksichtigung von wirtschaftlichen und regionalen Gesichtspunkten analysieren und beurteilen</p> <p>b) den Marktauftritt von Mitbewerbern im stationären Handel und im Onlinehandel bewerten und unter Berücksichtigung wettbewerbsrechtlicher Vorgaben Vorschläge für Marketingmaßnahmen erarbeiten und begründen</p> <p>d) Informations- und Kaufverhalten von Zielgruppen unterscheiden, Konsequenzen ableiten, Maßnahmen vorschlagen und an der Umsetzung mitwirken</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gegebenenfalls identifizieren, dass der Standort nicht zum eigenen nachhaltigen Geschäftsmodell passt - Umzug erwägen.</li> <li>• Erarbeiten, wie andere Händler mit ähnlichem Sortiment hinsichtlich Nachhaltigkeit aufgestellt sind und daraus Marketingmaßnahmen erarbeiten (z.B. Nachhaltigkeit als Alleinstellungsmerkmal herausstellen).</li> <li>• Bei eigenen Marketingmaßnahmen darauf achten, dass nur wirkliche Nachhaltigkeitsaktivitäten kommuniziert werden (Achtung Greenwashing).</li> <li>• Methoden der Marktforschung kritisch hinterfragen.</li> </ul>	3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit 3f - Nachhaltigkeit kommunizieren
<i>Lernfeld 4,5,12</i>	<p>e) verkaufsfördernde Maßnahmen ...umsetzen</p> <p><i>Lernfeld 5: "Sie beziehen Serviceleistungen als Mittel der Kundenbindung ein. ... Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Wareneinstellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebliche Vorgaben/Leitlinien überprüfen und in Bezug auf nachhaltige Produkte weiterentwickeln.</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren
<i>Lernfeld 4,5,12</i>	<p>f) Platzierungen im Verkaufsraum planen, umsetzen und deren Auswirkungen beurteilen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept erstellen, wie nachhaltige Produkte so platziert werden könnten, dass sie gut von Kundinnen und Kunden als erstes wahrgenommen werden.</li> </ul>	3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren,
<i>Lernfeld 4,5,12</i>	<p>g) Produktinformationen für die Verkaufsförderung kundenorientiert einsetzen</p> <p><i>Lernfeld 5: "Sie beziehen Serviceleistungen als Mittel der Kundenbindung ein. ... Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Wareneinstellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus."</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltige Produkte hervorheben: Online und Offline: Storytelling über Produktionsbedingungen, Hintergrundinformationen über beispielsweise Personen, die hinter den Produkten stehen (z.B. Näherinnen in der Fashion Branche, Hersteller*innen einladen und diese die Produkte vorstellen lassen).</li> </ul>	3f - Nachhaltigkeit kommunizieren 3e - Vorschläge zur Nachhaltigkeit

<p><b>Onlinehandel</b> (§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nummer 6) Lernfeld 5,6,7,12</p>	<p>b) Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Verkauf berücksichtigen Lernfeld 5: "Sie beziehen Serviceleistungen als Mittel der Kundenbindung ein. ... Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Wareneinstellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus." Lernfeld 6: "Die SuS beschaffen Waren und berücksichtigen ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte." Lernfeld 7: "Im Lager und beim Umgang mit Verpackungen berücksichtigen sie ökonomische, rechtliche und ökologische Aspekte."</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kund*innen auf den Besuch des Ladengeschäfts hinweisen (aufgrund von Versand und Transportwegen), sollte die Bestellung in einem kleinen Radius erfolgt sein.</li> <li>• Verpackungen reduzieren</li> <li>• Auf Einwegmaterialien verzichten</li> </ul>	<p>3f - Nachhaltigkeit kommunizieren; 3b - Energie - Mobilität 3d - Abfälle vermeiden</p>
<p>Lernfeld 12</p>	<p>c) den Produktkatalog im Onlineshop pflegen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltige Produkte hervorheben, als erstes sichtbar machen und auch farblich kennzeichnen können.</li> </ul>	<p>3b - Materialien - Rohstoffe - Handelswaren</p>
<p>Lernfeld 12</p>	<p>f) Feedback von Kunden im Onlinehandel auswerten und daraus Verbesserungsvorschläge für die Multi-Channel-Strategie des Betriebes ableiten i) mit IT-Dienstleistern den Onlinehandel weiterentwickeln sowie Maßnahmen zur Behebung von Störungen einleiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenfeedback in Wechselwirkung mit Nachhaltigkeitszielen betrachten und gegebenenfalls nicht weiter verfolgen. (Keine nicht-nachhaltigen Verbesserungsvorschläge umsetzen).</li> <li>• Nachhaltig wirtschaftende IT-Dienstleister (Stichwort: Green-IT) recherchieren und bevorzugen.</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit; 3f - Nachhaltigkeit kommunizieren 3a - Umwelt - Digitalisierung</p>
<p>Mitarbeiterführung und -entwicklung (§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nummer 7) Lernfeld 13,14,1</p>	<p>a) Maßnahmenpläne zur Personalentwicklung aus betrieblichen Zielen ableiten, Zielerreichung überprüfen und Anpassungen vornehmen f) Methoden des Selbst- und Zeitmanagements einsetzen g) Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei ihrer Tätigkeit konstruktiv unterstützen und die Zusammenarbeit im Team fördern h) Personaleinsatz und Personalbedarfsplanung sowie aus Mitarbeiterpotenzial und Qualifikationsbedarf Maßnahmen der Personalentwicklung ableiten und umsetzen i) Personaleinsatzplanung erstellen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anregen, Diversität, Chancengerechtigkeit, Inklusion etc. zu betrieblichen Zielen hinzuzufügen und deren Einhaltung überprüfen.</li> <li>• Vorschlagen, eine Mobilitätsrichtlinie zu betrieblichen Zielen hinzuzufügen und die ökologische Nachhaltigkeit sowie die positiven gesundheitlichen Auswirkungen zu kommunizieren.</li> <li>• Konzept der Work-Life-Balance und der Resilienz kennen und für Selbst- und Zeitmanagement anwenden können.</li> <li>• Sensibilität für demografische und soziale Merkmale der Mitarbeitenden entwickeln und danach agieren können.</li> <li>• Nicht nur die Kund*innen, sondern auch alle Kolleginnen im Team unabhängig von Beruf, Geschlecht, Hautfarbe, Aus-(Sprache), Religion, Herkunft, körperlichen Handicaps respektvoll, freundlich,</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit</p>



		<p>interessiert und wohlwollend, also wertschätzend, behandeln.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortbildungen im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit recherchieren mit Bezug auf den Arbeitsalltag.</li> <li>• Prüfen, ob Work-Life-Balance berücksichtigt wird und für stressige Zeiten Vorschläge entwickeln, vorausschauend zu planen (z.B. Weihnachtsgeschäft, damit nicht so viele Überstunden gemacht werden müssen).</li> </ul>	
<p>Vorbereitung unternehmerischer Selbständigkeit (§ 5 Absatz 4, Satz 1 Nummer 8) Lernfeld 14</p>	<p>a) Chancen und Risiken für ein Handelsunternehmen einschätzen, ein Unternehmenskonzept unter Berücksichtigung von Innovationen entwickeln d) eine geeignete Rechtsform für das Unternehmen auswählen und einen Businessplan erstellen, präsentieren und begründen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissen, dass nachhaltige Geschäftsmodelle auf Dauer einträglicher und resilienter sind und in Zukunft stärker gefördert werden.</li> <li>• Nachhaltigkeitsaspekte des zu gründenden Geschäftsmodells in die SWOT-Analyse mit aufnehmen.</li> <li>• Wissen, welche Fördermöglichkeiten und Preise es für nachhaltige Geschäftsmodelle gibt.</li> <li>• Politische Rahmenbedingungen kennen und deren Auswirkungen auf das eigene Geschäftsmodell beurteilen können.</li> <li>• Wissen, dass Nachhaltigkeit in Businessplänen heute eine wichtige Anforderung darstellt und dies auch in den Präsentationen der Pläne angemessenen Raum einnimmt bzw. Teil des schlüssigen Gesamtkonzepts sein muss.</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit</p>
<p>Lernfeld 13,14</p>	<p>e) Personalbedarf ermitteln und Rekrutierungsmöglichkeiten auswählen f) die Unternehmensfinanzierung unter Berücksichtigung von Finanzierungsquellen und Fördermöglichkeiten planen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erläutern können, dass Nachhaltigkeit heute für viele potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen wichtigen Attraktivitätsfaktor darstellt.</li> <li>• Grüne Stellensuchmaschinen identifizieren und für die eigenen Bedarfe prüfen können.</li> <li>• Fördermöglichkeiten für nachhaltige Business Konzepte überprüfen können</li> <li>• Unterschiedliche Formen des Geldanlegens kennen und im Bezug auf Nachhaltigkeit beurteilen können (hier kann die Nachhaltigkeits-Prüfliste von Facing Finance genutzt werden (Stichwort: Sustainable Finance) Welche Richtlinien haben Banken zu Umweltschutz oder zu Menschenrechten?</li> </ul>	<p>3a - Gesellschaft - Positionierung Nachhaltigkeit</p>

## 6. Unterrichts- und Ausbildungsmodule

### 6.1 Ausbildungsmodul: Standort-Klimabilanzierung (CCF)

#### 6.1.1 Eingrenzung des Themas

In der Unterrichtseinheit zur Umwelt (vgl. Tabelle 1 “3a - Umwelt - THG-Emissionen”) wird den Auszubildenden die Bedeutung von CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Umwelt vermittelt und anhand eines Praxisbeispiels eine Standort-Bilanzierung (CCF - Corporate Carbon Footprint) aufgezeigt. Die Gliederung in die Scopes 1-3 wird verstanden und wesentliche Kennzahlen der CCF-Bilanzierung werden von den Auszubildenden in die drei Scopes eingeordnet. Durch die Übung mit drei unterschiedlichen Ansätzen zur THG-Reduktion lernen die Auszubildenden, dass für jedes Unternehmen spezifische Maßnahmen getroffen werden müssen. Das erworbene Wissen stellen sie in Bezug zu den Prozessen im eigenen Unternehmen und sind für das Nachhaltigkeitsmanagement hinsichtlich der THG-Emissionen sensibilisiert.

#### 6.1.2 Begründete methodische Entscheidungen

##### 6.1.2.1 Einstieg (*schülerbezug, Motivation*)

Zunächst wird den Berufsschülerinnen und Berufsschülern die Bedeutung des Klimawandels anhand der “Warming-Stripes” der World Meteorological Organisation erläutert (WMO 2021). Das Bild zeigt deutlich, wie sich die globalen Durchschnittstemperaturen Jahr für Jahr steigern. Das vermittelt die Notwendigkeit aktiver Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasen. Der Transfer vom “persönlichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck” durch Energienutzung, Konsumverhalten und Mobilität zum “betrieblichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck” in seinen drei Scopes wird hergestellt (GRI 2016). Dafür kann die App 2Zero (2Zero o.J.) verwendet werden. Es wird deutlich, dass eine gemeinsame Verantwortung besteht: Politik, Unternehmen und Gesellschaft müssen zusammenarbeiten, um die Folgen des Klimawandels abzumildern. Nach der Unterrichtseinheit haben die Berufsschülerinnen und Berufsschüler ein erweitertes Verständnis der Notwendigkeit, auch im Kontext des eigenen Betriebes eine Klimabilanz zu erstellen und mittels frei zugänglicher, digitaler Tools den CCF zu bestimmen.

##### 6.1.2.2 Information/Planung (*Erkennen*)

Nach dem anerkannten Standard zur betrieblichen Bilanzierung von Treibhausgasen (GRI 2016) werden in folgender Tabelle beispielhaft Emissionsquellen der drei Scopes vorgestellt. (HDE o.J. b)

<b>Scope 1</b> - direkte Emissionen (Emissionen aus Energieträgern am Standort)	<b>Scope 2</b> - indirekte Emissionen (eingekaufte Energie)	<b>Scope 3</b> - indirekte Emissionen (entlang der Wertschöpfungskette)
Erdgas	Strom	Herstellung der Waren
Brennstoffe (Heizöl)	Erdgas	Gewinnung der Rohstoffe
Kühlmittel	Wasserdampf	Transport und Logistik
Eigener Fuhrpark	Fernwärme und -kälte	Entsorgung der Produkte

Alle relevanten Emissionen in den jeweiligen Scopes sind den GRI Standards (GRI 2016) zu entnehmen.

Anhand eines Beispiels Unternehmens aus dem Einzelhandel, dem eigenen Betrieb oder der Berufsschule wird eine Treibhausgasbilanzierung exemplarisch vorgestellt. Hierbei kommt es nicht auf die Vollständigkeit der Daten an, sondern vor allem auf ein Verständnis, was mit den Tätigkeiten gemeint ist und wer wo welche Daten erfasst. Hierzu einige Beispiele:

- Daten zu Strom, Gas und Wasser können einfach über die Abrechnung der Versorgungsunternehmen bestimmt werden.
- Das Abfallaufkommen kann geschätzt werden über die Abholfrequenz und die Sichtung des Füllvolumens der Behälter.
- Die Kennzahlen zu Logistik und Mobilität geschäftseigener Fahrzeuge können bei der Fuhrparkleitung angefragt werden.
- Die Mobilität der Mitarbeitenden wird durch eine kurze Befragung erhoben.

Die Durchführung der Bilanzierung kann einerseits über das Tool “Eco Cockpit” der Landesenergieagentur Hessen (<https://ecocockpit.de/>) erfolgen. Andererseits bietet sich die Bilanzierung auch über den “CO<sub>2</sub>-Rechner des Umweltbundesamtes” an. ([https://uba.co2-rechner.de/de\\_DE/](https://uba.co2-rechner.de/de_DE/))

### 6.1.2.3 Durchführung

In einer nun folgenden Gruppenarbeit erhalten die Berufsschülerinnen und Berufsschüler drei beispielhafte Datensätze von Einzelhandelsunternehmen. Die Datensätze sind aus drei unterschiedlichen Branchen zusammengestellt und zeigen jeweils unterschiedliche Handlungsschwerpunkte im Einzelhandel auf. Die Verteilung der Arbeitsgruppen könnte etwa wie folgt aussehen:

- Gruppe 1: Hohe Energieverbräuche aufgrund der Kühlung von Lebensmitteln (Metzgerei) (Wasgau 2018)
- Gruppe 2: Hoher Ressourceneinsatz durch Transporte mit firmeneigenen Fahrzeugen (Weinfachhandlung mit Lieferservice)
- Gruppe 3: Hoher Wasserverbrauch und viele Holzabfälle (Blumenhändler)

Falls die Klassengröße zu groß ist, können die Gruppen noch einmal geteilt werden.

In Stillarbeit sollen die Schülerinnen und Schüler zunächst die ersten 12 Seiten (Stufe 2 “THG-Bilanz”) des Leitfadens “Wie werden wir klimaneutral - Ein Leitfaden für Einzelhandelsunternehmen” (HDE o.J. b) lesen. Anschließend übertragen die Gruppen die ihnen zugeteilten Datensätze in das Eco-Cockpit. Sind alle Daten eingetragen erhalten die Auszubildenden eine Bilanz anhand derer folgende Fragestellungen diskutiert werden sollen:

- In welchem Unternehmensbereich entstehen die größten CO<sub>2</sub>Äq-Emissionen?
- Gibt es initiale Ideen zur Reduktion der CO<sub>2</sub>Äq-Emissionen in diesem Bereich?
- Welche Kompetenzen werden im eigenen Betrieb benötigt, wie könnten Verantwortlichkeiten aussehen?

Als Unterstützung werden den Auszubildenden die Inhalte der Grafik “Maßnahmen zur Vermeidung und Reduzierung von Emissionen” aus dem Leitfaden “Ein Leitfaden für Einzelhandelsunternehmen” (Seite 14) gezeigt (HDE o.J. b):

Scope 1	Scope 2	Scope 3
Reduzierung des Energieverbrauchs durch Effizienzmaßnahmen bei Verbrauch, Verteilung und Erzeugung	Eigenerzeugung und/oder Einkauf von regenerativ erzeugtem Strom	Ökologische Produktgestaltung
Elektrifizierung der Prozesse, z.B. Wärmepumpe, elektrische Antriebe	Reduzierung des Stromverbrauchs durch Effizienzmaßnahmen bei Verbrauch, Verteilung und Erzeugung (z.B. Umstellung auf LED)	Bezug nachhaltiger Handelsware, Substitution und/oder Reduktion klimarelevanter Materialien
Ersatz von Erdgas durch Alternativen (z.B. Faulgas, Biogas)		Erhöhung Recyclinganteil in Verpackungen/Produkten
Energieträgerwechsel (z.B. Nutzung von Reststoffen, Biogas, Hackschnitzeln, etc.)		Optimierte Logistik
Vermeidung von Emissionen klimaschädlicher Kältemittel		Jobrad und Fahrgemeinschaften für Beschäftigte

Optimierung von Fuhrpark und Logistik		Kampagnen zur Kunden Sensibilisierung
---------------------------------------	--	---------------------------------------

#### 6.1.2.4 Bewertung

1. Nachdem die Gruppen fertig diskutiert haben, werden die Ergebnisse im Plenum vorgestellt. Jede Gruppe kommt gemeinsam nach vorne und berichtet über das Ergebnis der Bilanzierung.
2. Dabei erklärt die Gruppe, welche Maßnahmen sie zur Reduktion der Emissionen erarbeitet hat und wie das Unternehmen in die Umsetzung der Reduktion gehen könnte. Rückfragen des Plenums werden beantwortet bzw. gemeinsam diskutiert.
3. Es wird deutlich, dass jedes Unternehmen andere Posten als wesentlich zur Reduktion der Treibhausgase identifiziert. Auch die erforderlichen Maßnahmen sind individuell und müssen für jeden Betrieb spezifisch erarbeitet werden.
4. Die Auszubildenden kennen nach der Unterrichtseinheit die Vorgehensweise einer Treibhausgasbilanzierung und sind für das weitere Nachhaltigkeitsmanagement im Betrieb sensibilisiert.

#### 6.1.3 Unterrichtsmaterialien/Quellen

- 2Zero (o.J.): Mit 2zero spielerisch den eigenen CO2 Fußabdruck reduzieren. Online: <https://www.2zero.earth/produkt/2zero-app>
- GRI Global Reporting Initiative (2016): GRI 305 Emissionen. Online: <https://www.globalreporting.org/standards/media/1684/german-gri-305-emissions-2016.pdf>
- HDE (o. J. b): Wie werden wir klimaneutral?: Ein Leitfaden für Einzelhandelsunternehmen. Online: [https://www.hde-klimaschutzoffensive.de/sites/default/files/uploads/document/2022-07/Klimaschutzoffensive\\_HDE\\_Wie-werden-Einzelhandelsunternehmen-klimaneutral\\_Leitfaden.pdf](https://www.hde-klimaschutzoffensive.de/sites/default/files/uploads/document/2022-07/Klimaschutzoffensive_HDE_Wie-werden-Einzelhandelsunternehmen-klimaneutral_Leitfaden.pdf)
- HDE (o.J. a): Umweltschutz leben – Ein Beitrag des Handels. Online: <https://einzelhandel.de/images/importedImages/Umweltschutz%20leben%20-%20Ein%20Beitrag%20des%20Handels.pdf>
- Landesenergieagentur Hessen (<https://ecocockpit.de/>).
- LEA LandesEnergieagentur Hessen GmbH. (o. J.): Treibhausgasbilanzierung erstellen Online: <https://www.lea-hessen.de/unternehmen/treibhausgasbilanzierung-erstellen/>
- Nikolic, J. N.; Reimann, L. R.; Hertel, S. H.; Höger, C. H. Peter, B. P. & Weber A. W. (2018): Auf dem Weg zum klimaneutralen Einzelhandel. Online: <https://www.hde-klimaschutzoffensive.de/sites/default/files/uploads/document/2018-08/Broschuere-HDE-Klimaschutzoffensive.pdf>
- UBA Umweltbundesamt (o.J.): CO2-Rechner des Umweltbundesamtes. Online: [https://uba.co2-rechner.de/de\\_DE/](https://uba.co2-rechner.de/de_DE/)
- Wasgau (2018): Nachhaltigkeitsbericht 2018. Online: <https://www.wasgau.com/app/uploads/2021/06/Nachhaltigkeitsbericht-WASGAU-Konzern-2018.pdf>
- WMO (2021): Warming stripes show that climate change is here and now. Online: <https://public.wmo.int/en/media/news/warming-stripes-show-climate-change-here-and-now>

## 6.2 Unterrichtsmodul: Greenwashing

### 6.2.1 Eingrenzung des Themas

Die Schülerinnen und Schüler sind am Ende dieser Unterrichtseinheit in der Lage, den Begriff des Greenwashings anhand von Beispielen zu erklären, Greenwashing zu erkennen und das Sortiment des eigenen Betriebes dahingehend zu reflektieren. Sie kennen den Hintergrund des Begriffes und sind für "Grüne Aussagen" von Herstellern sensibilisiert.

### 6.2.2 Begründete methodische Entscheidungen

#### 6.2.2.1 Einstieg (schülerbezug, Motivation)

Als Einstieg wird eines der Erklärvideos zum Thema Greenwashing gezeigt. Dadurch soll das Interesse der Schülerinnen und Schüler geweckt werden und sie werden aufgefordert, spontan zu äußern, ob sie selbst schon einmal den Eindruck hatten, eine Ware oder Dienstleistung werde "grüner" verkauft als sie eigentlich ist. Niemand wird gerne hinter das Licht geführt und zahlt gar höhere Preise für ein vermeintlich nachhaltiges Produkt. Die Identifikation als "Geschädigte" dieser Geschäftspraktik motiviert, Greenwashing zu verstehen, zu erkennen und im eigenen Betrieb zu vermeiden.

Videos zum Thema Greenwashing:

- Wie Konzerne durch Greenwashing ihr Image aufpolieren: (BR/PlanetB 2021)  
<https://www.ardmediathek.de/video/planetb/wie-konzerne-durch-greenwashing-ihr-image-aufpolieren-20/br-fernsehen/Y3jpZDovL2JyLmRlL3ZpZGVvL2QyOGMxYzc3LTUzYzAtNGYxZi1iNDQ2LTAyMzNhZmZhZjMyYQ>
- Greenwashing: So erkennst du es: (Klima:neutral 2022)  
<https://www.youtube.com/watch?v=uudHOFBJ5ys>
- Nachhaltig oder Greenwashing? (NDR/extra 3 2019)  
<https://www.youtube.com/watch?v=T5Qt9CBSitA>

#### 6.2.2.2 Information/Planung (Erkennen)

Im nächsten Schritt stellt die Lehrkraft ein konkretes Beispiel von Greenwashing vor. Als Grundlage für ein Beispiel kann einer der weit verbreiteten Negativpreise (Deutsche Umwelthilfe o.J. / Verbraucherzentrale Hamburg o.J. / Foodwatch o.J.) herangezogen werden. Anschließend erfolgt eine Arbeitsphase, in der die Berufsschülerinnen und Berufsschüler selbstständig recherchieren, ob ihnen bekannte Marken bereits mit dem Vorwurf des Greenwashing konfrontiert waren. Anschließend stellt die Lehrkraft die verschiedenen Dimensionen (Umweltmission o.J.) von Greenwashing vor:

1. **Faule Kompromisse verdecken die Wahrheit:** Bei dieser Art des Greenwashing posaunen Unternehmen mit aufdringlichen Werbespots und Worten in die Welt

- hinaus: wir sind nachhaltig. Auf diese Weise lenken sie von all ihren umweltschädlichen Aktivitäten ab.
2. **Nicht nachvollziehbare Aussagen:** In dieser Hinsicht erweisen sich Pressesprecher als wahre Künstler, weil sie gezielt Aussagen machen, die definitiv nicht nachvollziehbar sind. Zudem liefern sie keine Beweise für ihre veröffentlichten Informationen.
  3. **Mehrdeutige Aussagen:** Entweder undeutlich oder mehrdeutig. Auch diese Schiene fahren Firmen, um gut dazustehen.
  4. **Bedeutungslose Aussagen:** Zu den bedeutungslosen Aussagen gehören Sätze wie “Wir müssen den Planeten für zukünftige Generationen schützen”. Diese Information gehört in die Rubrik bedeutungslos, wenn auf Worte keine Taten folgen.
  5. **Beschönigung – Ablenken von den umweltschädlichen Aktivitäten mittels einer Aussage:** An dieser Stelle genießen Produkte, welche der Umwelt oder der menschlichen Gesundheit einen Schaden zufügen, eine Beschönigung. Fast-Food-Produkte sind nicht gesünder oder vitaminreicher, weil sie ein Bio-Label tragen. In diesem Fall handelt es sich um eine Beschönigung, die definitiv eine Art von Greenwashing repräsentiert.
  6. **Falschaussagen und das Verwenden eines unerkannten Labels oder Zertifikats:** Zu Falschaussagen gehören Beispiele, die behaupten, ein Produkt sei “nachhaltig zertifiziert”, obwohl dieses Label keineswegs existiert.
  7. **Unklare Begriffe** stellen eine beliebte Methode für ein gelungenes Greenwashing dar: Zu den unklaren Definitionen, die Konsumenten häufig mit Nachhaltigkeit in Verbindung bringen, gehören “natürlich”, “ökologisch” und “grün”.

#### 6.2.2.3 Durchführung

Die genannten Dimensionen werden in (mindestens 3, höchstens 5) Gruppen eingeteilt. In der folgenden Gruppenarbeit recherchieren die Berufsschülerinnen und Berufsschüler im Internet dann weitere Beispiele für Greenwashing in den zugewiesenen Dimensionen.

#### 6.2.2.4 Bewertung

Im Plenum werden die Ergebnisse der Gruppenarbeit präsentiert. Berufsschülerinnen und Berufsschüler der anderen Gruppen sind aufgefordert, weitere Fragen zu stellen bzw. Antworten zu ergänzen.

Weiterhin wird erfragt, ob im eigenen Betrieb Waren oder Marken verkauft werden, die im Laufe der Unterrichtseinheit aufgekommen sind. Die Berufsschülerinnen und Berufsschüler reflektieren so das Sortiment und/oder das Geschäftsmodell des eigenen Betriebes.

## 6.2.3 Unterrichtsmaterialien/Quellen

- BR/PlanetB (2021): Wie Konzerne durch Greenwashing ihr Image aufpolieren. Online: <https://www.ardmediathek.de/video/planetb/wie-konzerne-durch-greenwashing-ihr-image-aufpolieren-20/br-fernsehen/Y3JpZDovL2JyLmRlL3ZpZGVvL2QyOGMxYzc3LTUzYzAtNGYxZi1iNDQ2LTAYMzNhZmZhZjMyYQ>
- Deutsche Umwelthilfe (o.J.): Goldener Geier. Online: <https://www.duh.de/goldenergeier/2022/>
- Deutsche Umwelthilfe e.V. (o.J.): Jetzt abstimmen: Welche ist die dreisteste Umweltlüge des Jahres? Online: <https://www.duh.de/goldenergeier/2022/>
- Foodwatch (o.J.): Goldener Windbeutel. Online: <https://www.foodwatch.org/de/informieren/goldener-windbeutel/>
- Günther, Josephine (2022) Erklärvideo „Greenwashing“ Online: <https://www.youtube.com/watch?v=6OGIGutF94s>
- Klima:neutral (2022): Greenwashing: So erkennst du es. Online: <https://www.youtube.com/watch?v=uudH0FBJ5ys>
- NDR/extra 3 (2019): Nachhaltig oder Greenwashing? Online: <https://www.youtube.com/watch?v=T5Qt9CBSitA>
- Umweltmission (2022): Was ist Greenwashing? Definition und Beispiele. (2022). Online: <https://umweltmission.de/wissen/greenwashing/>
- Verbraucherzentrale Hamburg (o.J.): Mogelpackung des Jahres. Online: <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres>

## 7. Zielkonflikte und Widersprüche

Beim Ansteuern von Nachhaltigkeit sind Zielkonflikte und Widersprüche nichts Ungewöhnliches. Dies gilt auch für den Einzelhandel, der häufig mit einer großen Produktpalette zu tun hat. Zusätzlich beschäftigen Corona, steigende Energiepreise und der Fachkräftemangel die Branche. Klassisch ist der Zielkonflikt zwischen Ökonomie und Ökologie. Ökologische und umweltschonende Materialien und Herstellungsverfahren sind oft teurer als „herkömmliche“, da diese alle technischen, biologischen und chemischen Verfahren zur Effizienzsteigerung nutzen. Höhere Kosten bedingen höhere Produktpreise, die kostenbewusste Verbraucher\*innen abschrecken.

### 7.1 Die Effizienzfalle und Widersprüche

Effizienz beschreibt unter anderem Wirtschaftlichkeit. Wenn so wenig wie möglich von einer notwendigen Ressource verwendet wird, so gilt dies als effizient. So könnte man meinen, dass Effizienzsteigerungen im Unternehmensalltag folglich auch zu einem nachhaltigen Wirtschaften führen. Weniger Abfall oder Energieaufwand bedeutet gleichzeitig weniger Umweltbelastung und längere Verfügbarkeit von endlichen Ressourcen – oder? Nicht unbedingt!

Das Missverständnis hinter dieser Annahme soll anhand eines Beispiels aufgedeckt werden. Seit 1990 hat sich der deutsche Luftverkehr mehr als verdreifacht. Mit Hilfe



technischer Innovationen, besserer Raumnutzung und weiterer Maßnahmen konnte der durchschnittliche Kerosinverbrauch pro Person seitdem um 42 Prozent gesenkt werden – eine gute Entwicklung auf den ersten Blick. Auf den zweiten Blick ist jedoch auch zu erkennen, dass das Verkehrsaufkommen im gleichen Zeitraum stark zugenommen hat. Daraus folgt, dass trotz starker Effizienzsteigerungen absolut betrachtet immer mehr Kerosin verbraucht wird – nämlich 85 Prozent mehr seit 1990.

Wissenschaftler\*innen sprechen daher auch von einer „Effizienzfalle“. Denn obwohl sich mit Effizienzsteigerung eine relative Umweltentlastung erzeugen lässt, bleibt die Herausforderung des absoluten Produktionswachstums weiterhin bestehen. So ist das effiziente Handeln aus der ökonomischen Perspektive zwar zielführend, aus der ökologischen Perspektive jedoch fraglich. Es lässt sich schlussfolgern, dass Effizienzstreben und Nachhaltigkeitsorientierung zwei eigenständige Rationalitäten darstellen, die von Unternehmen beide gleichermaßen beachtet werden sollten, um zukunftsfähig zu wirtschaften. Eine langfristig erfolgreiche Unternehmensführung würde demnach aus den zur Verfügung stehenden Ressourcen unter Erhalt der Ressourcenbasis möglichst viele ökonomische Werte erschaffen, um somit intergenerational und intragenerational gerecht zu wirtschaften. Somit sollte sich ein zukunftsorientiertes berufliches Handeln sowohl den Herausforderungen der eher kurzfristigen Effizienzrationalität als auch der langfristigen Nachhaltigkeitsrationalität stellen und beide Perspektiven verknüpfen.

Im Rahmen des beruflichen Handelns entstehen jedoch Widersprüche zwischen der Effizienzrationalität („Funktionalität“, „ökonomische Effizienz“ und „Gesetzeskonformität“) und der Nachhaltigkeitsrationalität („ökologische Effizienz“, „Substanzerhaltung“ und „Verantwortung“). Ein zukunftsfähiges berufliches Handeln zeichnet sich dadurch aus, mit diesen Widersprüchen umgehen zu können.

Doch stellt sich nun die Frage, was der Umgang mit Widersprüchen für den Berufsalltag bedeutet. In diesem Zusammenhang kann von so genannten „Trade-offs“ – auch „Zielkonflikte“ oder „Kompromisse“ – gesprochen werden. Grundsätzlich geht es darum, den möglichen Widerspruch zwischen einer Idealvorstellung und dem Berufsalltag zu verstehen und eine begründete Handlungsentscheidung zu treffen. Dabei werden Entscheidungsträger häufig in Dilemma-Situationen versetzt. Im beruflichen Handeln geht es oftmals um eine Entscheidung zwischen knappen Ressourcen, wie Geld, Zeit oder Personal, für die es gilt, Lösungen zu finden.

Im Folgenden werden einige Zielkonflikte aufgezeigt.

## 7.2 Beispielhafte Zielkonflikte

Folgende Zielkonflikte sind im Einzelhandel häufig anzutreffen, die im Rahmen eines Unterrichts- oder Ausbildungsgesprächs diskutiert werden können:

- Nachhaltigkeit fällt im Verhältnis zu anderen Themen im Einzelhandel oft “hinten runter”, denn insbesondere seit der Corona-Pandemie stehen wirtschaftliche Aspekte bzw. das Überleben des Unternehmens im Vordergrund. Allerdings sind die steigenden Energiekosten auch ein Thema der Nachhaltigkeit. Kleinen Händler\*innen fehlt die Unterstützung, sich mit Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.
- Einzelhändlerinnen und Einzelhändler sowie Kundschaft möchten Verpackung reduzieren, aber Lieferanten verpacken die Produkte. Diese schützt die Ware vor Transportschäden und erspart dadurch Kosten- und CO<sub>2</sub>-intensive Reklamationen. Es ist kompliziert herauszufinden, welche Verpackung notwendig ist und welche zu viel bzw., ob es nachhaltigere Alternativen gibt. Zeit fehlt, um beispielsweise mit Lieferanten zu diskutieren, ob es auch nachhaltiger geht (z.B. nicht jedes T-Shirt einzeln verpackt auszuliefern).
- Einige Händler\*innen würden gerne nachhaltige Produkte anbieten, jedoch ist die Kundennachfrage nicht vorhanden, bzw. sind die Kundinnen und Kunden nicht bereit, möglicherweise höhere Preise zu bezahlen.
- Manche, spezielle Sortimente gibt es nicht in einer nachhaltigen Variante. Einige Waren und Produkte sind sehr rohstoffintensiv in ihrer Herstellung und können zudem aufgrund der Rohstoffvorkommen nicht lokal bezogen werden. Diese Waren und Produkte können per Definition (noch?) nicht nachhaltig produziert werden.
- Digitale Angebote (App für Mehrwegbecher) oder QR-Scanner für Produktinformationen werden teilweise nicht angenommen, denn die Abweichung vom Gewohnten ist schwierig. So ist es schwierig, beispielsweise Mehrwegsysteme zu verbreiten.
- Onlineshopping ist durch den Stromverbrauch von Rechenzentren und die Logistik (Versenden der Ware) oftmals nicht nachhaltig. Das Konsument\*innenverhalten lässt sich nicht ohne weiteres auf lokale Strukturen zurückentwickeln. Auch wird oft lokal bestellt, da es bequemer ist. Hier fallen Emissionen für den Transport bzw. Versand an. Möglich wären Maßnahmen wie ein Mindestbestellwert oder ein Hinweis beim Einzelhandel, online nur für weitere Entfernungen zu bestellen. Allerdings kennt man dort die Hintergründe und die Kundschaft nicht: Wer weiß, ob der oder die Bestellende nicht eine Sportverletzung hat und derzeit nicht einkaufen gehen kann?
- Insbesondere für viele kleine Lieferanten sind Zertifizierungen für nachhaltige Produkte sehr zeit- und kostenintensiv. So ist nicht bei allen Produkten ersichtlich, ob sich dahinter ein nachhaltiges Produkt verbirgt.
- Die meisten klassischen Maßnahmen zur Umsatzsteigerung, Ertragsverbesserungen und Bestandsoptimierungen verhalten sich konträr zu nachhaltigen Geschäftspraktiken.

- Viele Waren legen bedeutende Wegstrecken bis in den deutschen Einzelhandel zurück. Dabei verursacht die Logistik im Upstream weniger Emissionen als im Downstream auf dem Weg zu den einzelnen Läden.
- Eine stimmungsvolle Beleuchtung wird im Handel als verkaufsfördernd angesehen. Auf der anderen Seite verursacht die Beleuchtung hohe Energiekosten. Insbesondere im letzten Jahr sind die Energiekosten enorm gestiegen. Dies wirkt sich auch auf die Haushalte aus, die wiederum weniger Geld für Konsumausgaben verwenden.
-

Die Projektagentur Berufliche Bildung für nachhaltige Entwicklung (PA-BBNE) des Partnernetzwerkes Berufliche Bildung am IZT erstellt für eine Vielzahl von Ausbildungsberufen umfangreiche Materialien, um die neue Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ konkret auszugestalten. Dabei werden in den Hintergrundmaterialien die 17 Sustainable Goals (SDG) der Agenda 2030 und ihre Unterziele aus einer wissenschaftlichen Perspektive der Nachhaltigkeit im Hinblick auf das jeweilige Berufsbild betrachtet. In den sogenannten Impulspapieren werden ausgehend von den Ausbildungsordnungen und Rahmenlehrplänen die Standardberufsbildposition „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ sowie die jeweiligen Berufsbildpositionen beleuchtet und die Möglichkeiten der integrativen Vermittlung der Nachhaltigkeitsthemen aufgezeigt. Darüber hinaus werden wichtige Zielkonflikte sowie die spezifischen Herausforderungen der Nachhaltigkeit mittels Grafiken zur Diskussion gestellt. <https://www.pa-bbne.de>

Das IZT – Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gemeinnützige GmbH ist eine unabhängige Forschungseinrichtung in Berlin und adressiert seit mehr als 40 Jahren die großen gesellschaftlichen Herausforderungen mit Blick auf die notwendige tiefgreifende Transformation der Gesellschaft. Es ist der Nachhaltigkeit und der Gestaltbarkeit von Zukünften verpflichtet. Als gemeinwohlorientierte inter- und transdisziplinäre Forschungseinrichtung integriert das IZT die wissenschaftlichen Möglichkeiten der Zukunftsforschung, gesellschafts- und naturwissenschaftliche Expertise sowie Praxiswissen. Gesellschaftlich relevante Themen werden frühzeitig erkannt, in den wissenschaftlichen und öffentlichen Diskurs eingebracht und in strategische Forschungsprojekte umgesetzt sowie auch in Bildungsangebote für Allgemeinbildung, berufliche Aus- und Weiterbildung sowie Hochschulbildung übersetzt. <https://www.izt.de>

## Impressum

### Herausgeber

IZT - Institut für Zukunftsstudien und  
Technologiebewertung gemeinnützige GmbH

Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin  
[www.izt.de](http://www.izt.de)

### Projektleitung

Dr. Michael Scharp  
Forschungsleiter Bildung und Digitale Medien am IZT

[m.scharp@izt.de](mailto:m.scharp@izt.de) | T 030 80 30 88-14

### Förderhinweis

Dieser Bericht wurde im Rahmen des Projekts „Projektagentur Berufliche Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ (PA-BBNE) des Partnernetzwerkes Berufliche Bildung (PNBB) am IZT“ erstellt und mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01J02204 gefördert. Die Verantwortung der Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

*Dieses Bildungsmaterial berücksichtigt die Gütekriterien für digitale BNE-Materialien gemäß Beschluss der Nationalen Plattform BNE vom 09. Dezember 2022.*

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



### Lizenzhinweis



Diese Texte unterliegen der Creative Commons Lizenz „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-NC)“