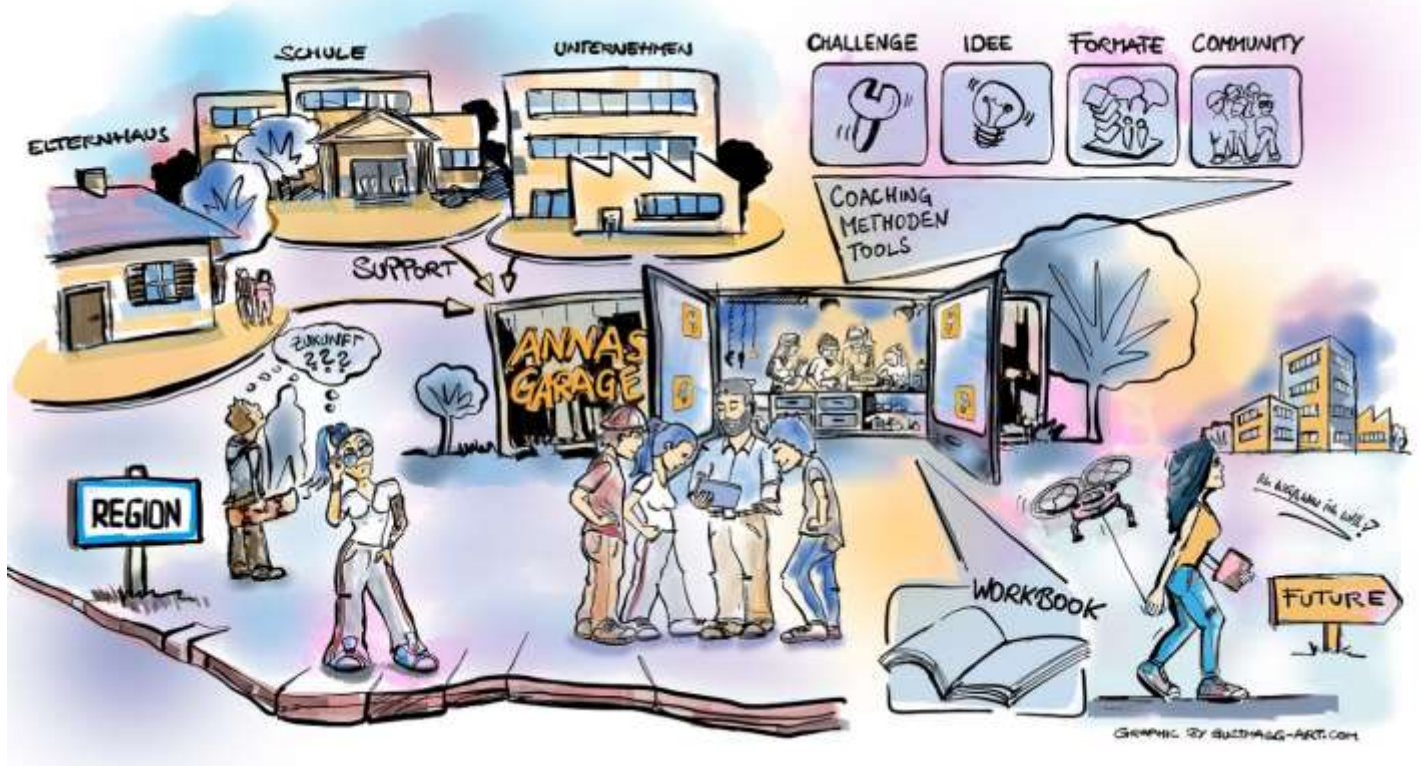


FFG
Forschung wirkt.

Annas
GARAGE

Otto Rath

Annas Garage Handbuch Nachhaltigkeit



25.7.2022

annasgarage.at

office@ottorath.at

0699/12548456

Inhalt

1. Einleitung.....	6
2. Philosophie	8
Was ist Annas Garage?	9
Zielgruppe.....	9
Mindset	11
Bereit sein für die Zukunft der Arbeitswelt.....	11
Informieren reicht nicht	11
Technik und Gleichstellung	12
Zukunftsorientiertes Technikverständnis.....	12
Technik entmystifizieren	13
Technik in der digitalisierten Wissensgesellschaft.....	14
Technik und Macht.....	14
3. Nachhaltigkeitskonzept.....	16
Basis: 3- Säulen- Modell der Nachhaltigkeit.....	17
Nachhaltigkeit 3.0.....	17
Fünf Faktoren erfolgreich funktionierender Ökosysteme.....	18
Energie und Fluss.....	18
Stoff und Kreis	19
Wachstum und Grenze	20
Anpassung und Entwicklung.....	21
Vielfalt und Beziehung.....	22
Ebenen der Implementierung in Annas Garage	22
4. Handbuch Nachhaltigkeit	24
Funktion des Nachhaltigkeitshandbuchs.....	25
Aufbau	25
Bausteine BMG – Qualitätsdimensionen	26
5. Qualität und Nachhaltigkeit: Kriterien	27
Dimension 1: Value propositions	28
Qualitätsbereich 1: Mindset.....	28
Qualitätskriterien	28
Kommentar.....	28
Nachhaltigkeitscheck: Mindset	30
Qualitätsbereich 2: Nutzenorientierung	31

Qualitätskriterien	31
Kommentar.....	31
Nachhaltigkeitscheck: Nutzenorientierung	32
Qualitätsbereich 3: authentische Public Relations.....	33
Qualitätskriterien	33
Kommentar.....	33
Nachhaltigkeitscheck: Authentische Public Relations.....	34
Qualitätsbereich 4: Innovatives Leistungsspektrum	35
Qualitätskriterien	35
Kommentar.....	35
Nachhaltigkeitscheck: Innovatives Leistungsspektrum.....	38
Dimension 2: Customer Segments and Relationship	39
Qualitätsbereich 5: Know-how über die Kund:innen	39
Qualitätskriterien	39
Nachhaltigkeitscheck: Know-how über die Kund:innen.....	40
Qualitätsbereich 6: Kommunikation zwischen Annas Garage und Kund:innen.....	41
Qualitätskriterien	41
Kommentar.....	41
Nachhaltigkeitscheck: Kommunikation mit Kund:innen	42
Qualitätsbereich 7: Gemeinsame Kommunikation mit Partner:innen nach außen.....	43
Qualitätskriterien	43
Nachhaltigkeitscheck: Gemeinsame Kommunikation nach außen	44
Dimension 3: Channels.....	45
Qualitätsbereich 8: Gelingende Information der Kund:innen.....	45
Qualitätskriterien	45
Nachhaltigkeitscheck: Gelingende Information der Kund:innen	46
Dimension 4: Key Activities	47
Qualitätsbereich 9: Umsetzung der Angebote	47
Qualitätskriterien	47
Kommentar.....	48
Nachhaltigkeitscheck: Umsetzung der Angebote	53
Qualitätsbereich 10: RegioProjekt.....	55
Qualitätskriterien	55
Nachhaltigkeitscheck: RegioProjekt	56
Qualitätsbereich 11: Trainings und Workshops	57

Qualitätskriterien	57
Nachhaltigkeitscheck: Trainings und Workshops.....	58
Qualitätsbereich 12: Akquisition von jungen Menschen für eine Teilnahme an Annas Garage...	59
Qualitätskriterien	59
Nachhaltigkeitscheck: Akquisition von jungen Menschen	60
Qualitätsbereich 13: Workbook	61
Qualitätskriterien	61
Nachhaltigkeitscheck: Workbook.....	62
Qualitätsbereich 14: Networking und PR.....	63
Qualitätskriterien	63
Kommentar.....	63
Nachhaltigkeitscheck: Networking, PR.....	65
Dimension 5: Key Partners	66
Qualitätsbereich 15: Unternehmen	66
Qualitätskriterien	66
Nachhaltigkeitscheck: Unternehmen	67
Qualitätsbereich 16: Lehrer:innen, Direktor:innen, SQM, Bildungsdirektion, PH, Universitäten.	68
Qualitätskriterien	68
Nachhaltigkeitscheck: Lehrer:innen, Direktor:innen, SQM, Bildungsdirektion, PH, Universitäten	69
Qualitätsbereich 17: Expert:innen für Moderation, Training und Weiterentwicklung.....	70
Qualitätskriterien	70
Nachhaltigkeitscheck: Expert:innen	71
Qualitätsbereich 18: Gemeinden	72
Qualitätskriterien	72
Nachhaltigkeitscheck: Gemeinden	73
Qualitätsbereich 19: Jugendeinrichtungen	74
Qualitätskriterien	74
Nachhaltigkeitscheck: Jugendeinrichtungen.....	75
Qualitätsbereich 20: Berufsorientierung.....	76
Qualitätskriterien	76
Nachhaltigkeitscheck: Berufsorientierung	77
Qualitätsbereich 21: Sozialpartner	78
Qualitätskriterien	78
Nachhaltigkeitscheck: Sozialpartner	78

Dimension 6: Key Ressources	79
Qualitätsbereich 22: Physische Ressourcen – Annas Garage analog und digital	79
Qualitätskriterien	79
Kommentar.....	80
Nachhaltigkeitscheck: Annas Garage analog und digital.....	82
Qualitätsbereich 23: Annas Garage als digitale Plattform	83
Qualitätskriterien	83
Kommentar.....	83
Nachhaltigkeitscheck: Annas Garage als digitale Plattform.....	85
Qualitätsbereich 24: Physische Ressourcen (Ausstattung)	86
Qualitätskriterien	86
Kommentar.....	86
Nachhaltigkeitscheck: Physische Ressourcen (Ausstattung).....	87
Qualitätsbereich 25: Human Ressources	88
Qualitätskriterien	88
Kommentar.....	88
Nachhaltigkeitscheck: Human Ressources	90
Qualitätsbereich 26: Finanzielle Ressourcen.....	91
Qualitätskriterien	91
Nachhaltigkeitscheck: Finanzielle Ressourcen	92
Dimension 7: Cost Structure.....	93
Qualitätsbereich 27: Organisation	93
Qualitätskriterien	93
Nachhaltigkeitscheck: Organisation	93
Qualitätsbereich 28: Expert:innen, Moderator:innen, Guides.....	94
Qualitätskriterien	94
Nachhaltigkeitscheck: Expert:innen, Moderator:innen, Guides	94
Qualitätsbereich 29: Infrastruktur.....	95
Qualitätskriterien	95
Kommentar.....	95
Nachhaltigkeitscheck: Infrastruktur	96
Qualitätsbereich 30: Digitale Garage – Betrieb und Entwicklung	97
Qualitätskriterien	97
Nachhaltigkeitscheck: Digitale Garage – Betrieb und Entwicklung.....	97
Qualitätsbereich 31: Workbook	98

Qualitätskriterien	98
Nachhaltigkeitscheck: Workbook.....	98
Qualitätsbereich 32: Vernetzung.....	99
Qualitätskriterien	99
Nachhaltigkeitscheck: Vernetzung	99
Qualitätsbereich 33: Bestehende Angebote: Challenges, Camps, Impulsformate, Workshops .	100
Qualitätskriterien	100
Qualitätsbereich 34: Digitale Garage	100
Qualitätskriterien	100
Qualitätsbereich 35: Veranstaltungen, Publikationen, Blogs.....	101
Qualitätskriterien	101
Qualitätsbereich 36: Partnerschaften und Förderungen	101
Qualitätskriterien	101
6. Strategietool Nachhaltigkeit.....	102
7. Checklisten	105
Verzeichnis	105
Checkliste Annas Garage Mission and Strategy	106
Checkliste nachhaltig orientierte Unternehmen und Organisationen als Partner:innen	107
Checkliste Aspekte Nachhaltigkeit in der Popup-Garage.....	108
Checkliste ökologische Ausrichtung der Container	109
Checkliste Fragestellung.....	110
Checkliste Veranstaltungen.....	111
Checkliste Nachhaltigkeit von analogen und digitalen Tools.....	112
Digital.....	112
Analog.....	113
Checkliste Nachhaltigkeit in Trainings und Workshops	114
Checkliste Nachhaltigkeit in Unternehmen.....	117
Checkliste Gemeinden.....	118
Speziell für junge Menschen	120
Veranstaltungen: Formate für Lehrer:innen, Eltern und Unternehmen.....	123
8. Literatur und Weblinks.....	125

Wir schaffen einen Ort, an dem sich Schüler:innen für Ihr Unternehmen begeistern können.

1. Einleitung

Aufbau und Methode des Nachhaltigkeitshandbuchs

Annas Garage begreift Nachhaltigkeit als wesentlichen Faktor der Qualitätsentwicklung dieses Projektes/Angebotes. Das Qualitätsentwicklungskonzept von Annas Garage folgt in der Systematik nicht einem klassischen Organisationsentwicklungsmodell, sondern versucht der Dynamik der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung Rechnung zu tragen und legt ein stärker kund:innen- und marktorientiertes System zugrunde. Kund:innen von Annas Garage sind primär junge Menschen in der Altersgruppe 15 bis 20 Jahre und Unternehmen, aber auch Lehrer:innen, Eltern und Stakeholder:innen in Regionen. Für diese Gruppen wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger, daher ist es auch aus dieser Perspektive naheliegend, Nachhaltigkeit in die Qualitätsentwicklung zu integrieren.

Als Systematik des Qualitätsentwicklungskonzeptes von Annas Garage dient Business Modell Generation. Business Modell Generation beschreibt Geschäftsmodelle und wie man diese innerhalb eines wettbewerbsorientierten Umfeldes positioniert. Die Autor:innen beschreiben Geschäftsmodelle anhand von neun grundlegenden Bausteinen, die die wichtigsten Bereiche eines Unternehmens abdecken: „Kund:innen, Angebot, Infrastruktur und finanzielle Überlebensfähigkeit. Das Geschäftsmodell ist wie eine Blaupause für eine Strategie, die durch organisationale Strukturen, Prozesse und Systeme umgesetzt werden soll.“ (Osterwalder/Pigneur 2011, S. 19) Diese neun Bausteine werden im Qualitätsentwicklungskonzept als Qualitätsdimensionen verstanden, die in Qualitätsbereiche gegliedert werden, und zu jedem Qualitätsbereich werden Qualitätskriterien formuliert. In die Qualitätskriterien sind Kriterien der Nachhaltigkeit integriert.

Das Nachhaltigkeitsverständnis von Annas Garage basiert auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Gesellschaft/Soziales System und Ökonomie). Auf diesen drei Säulen werden ausgehend von Gelingensfaktoren erfolgreicher ökologischer Systeme Nachhaltigkeitskriterien für Annas Garage definiert.

Das vorliegende Konzept beschreibt eingangs die Philosophie und die zugrundeliegenden Werthaltungen von Annas Garage. Neben Themen wie Gleichstellung und dem Schlüsselbereich *Making* wird auch der Zugang zur Nachhaltigkeit ausführlich dargestellt. Im handlungsorientierten Nachhaltigkeitskonzept wird ausgehend vom Qualitätsentwicklungskonzept gezeigt, wie der Prozess der Implementierung von Nachhaltigkeit in das System von Annas Garage umgesetzt werden kann.

2. Philosophie

Der Diskurswechsel von der Industriegesellschaft zur digitalisierten Wissensgesellschaft benötigt das ganze kreative Gestaltungspotenzial der nächsten Generationen

Der Diskurswechsel von der Industriegesellschaft zur digitalisierten Wissensgesellschaft verändert die Parameter der Suche nach einer geeigneten Ausbildung und in der Folge die Berufswahl völlig. Vor dem Hintergrund einer sich abzeichnenden ökologischen Krise geht es aber nicht nur darum, auf der betrieblichen Ebene den Bedarf an Fachkräften zu stillen, sondern auf der globalen Ebene darum, das ganze kreative Gestaltungspotenzial der nächsten Generationen – vor allem auch im technischen Bereich – zu aktivieren um nachhaltige Lösungen für die Zukunft zu finden.

Was ist Annas Garage?

Die Berufs- und Arbeitswelt hat sich in den letzten Jahren massiv verändert. Neue Berufe und vielfältige Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten auf Facharbeiter:innenebene sind entstanden. Junge Menschen bewerten das Berufs- und Arbeitsleben neu. Flexiblere Arbeitszeitmodelle, Work Life Balance und attraktive Unternehmen, die Nachhaltigkeit als Element des Employer Brandings verstehen, spielen dabei eine wichtige Rolle für junge Menschen. Viele Berufe, die es in zehn Jahren geben wird, kennen wir heute noch gar nicht. Das ist eine große Herausforderung aber auch eine riesige Chance für Unternehmen, Regionen und junge Menschen.

In der Altersgruppe 15-20 Jahre werden in Bezug auf die Ausbildungs- und Berufswahl wichtige Entscheidungen getroffen. Mit vielen ihrer Fragen bleiben Jugendliche dabei allerdings oft allein, massive Informationskampagnen erleichtern die Ausbildungswahl meist nicht. Gleichzeitig suchen Unternehmen nach motivierten Lehrlingen und (zukünftigen) Fachkräften.

Annas Garage ist ein nachhaltiges Angebot für Unternehmen, Jugendliche/Schüler:innen, Lehrer:innen und Regionen zur Unterstützung der Ausbildungs- und Berufswahl. Annas Garage unterstützt lehrlingsausbildende Betriebe bei der Suche nach Lehrlingen und deren Integration in das Unternehmen.

Umgesetzt wird Annas Garage als Makerspace, der mit analogen und digitalen Werkzeugen ausgestattet ist. Hier können junge Menschen im konkreten Arbeiten und Ausprobieren (etwa 3D-Druck, Arbeit mit unterschiedlichsten Werkzeugen) Erfahrungen sammeln und erkennen, was sie begeistert und welche Tätigkeiten ihnen Freude bereiten. Dabei arbeiten sie mit dem Workbook von Annas Garage, nutzen das Begleitangebot (Workshops, Impulsformate, Inspirationen, Talks) und werden von Guides und Mentor*innen beziehungsweise Role-Models in ihrem Entwicklungs- und Reflexionsprozess begleitet.

Das unterscheidet Annas Garage von herkömmlichen Orientierungsangeboten. Diese versuchen oft in minimaler Zeit möglichst vielen Jugendlichen gleichzeitig möglichst viel an Information zur Verfügung zu stellen und den idealen Beruf fürs ganze Leben zu empfehlen.

Annas Garage versteht sich als ergänzendes Angebot. In Annas Garage entdecken Jugendliche im Tun, was sie begeistert. Sie haben dafür ausreichend Zeit und werden von Expert:innen, die auf Beziehung und Vertrauen setzen, individuell begleitet.

Zielgruppe

Annas Garage richtet sich primär an Unternehmen im Technikbereich und an Jugendliche in der Altersgruppe 15-20 Jahre, Mädchen/Frauen werden besonders angesprochen. Fokussiert werden Schüler:innen der 9. Schulstufe, (potenzielle) Schulabbrecher:innen und Schüler:innen vor und nach

der Matura, die die Möglichkeit einer Lehre nach der Matura in Erwägung ziehen. Ebenso wird Annas Garage auch Studierenden der ersten Semester angeboten, die mit der Wahl des Studiums nicht glücklich sind. Diese werden in Challenges und Camps mit den Möglichkeiten einer Facharbeiter:innenausbildung in Kontakt gebracht.

Mindset

Bereit sein für die Zukunft der Arbeitswelt

Im Paradigmenwechsel von der Industrie zur digitalisierten Wissensgesellschaft entstehen neue Berufe, ein neues Verständnis von Technik und neue Herausforderungen für junge Menschen auch in Bezug auf ihre Verortung in der Arbeitswelt und für ihre Zukunftsplanung allgemein. Es besteht große Einigkeit darin, dass eine nachhaltige Technik der Zukunft Frauen braucht, doch in den diskursmächtigen Bildern ist Technik in der Tradition der Industrialisierung noch immer männlich besetzt und der Zugang von Frauen zu technischen Berufen scheint nicht einfacher zu werden.

„Der digitale Wandel lässt vollkommen neue Berufe entstehen. Wir wissen nur noch nicht, welche.“, hält Agenda Austria fest <https://digitalisierung.agenda-austria.at/abschnitt/2-arbeit>. Die Autor:innen wagen dann aber doch den Blick in den Kaffeesud und führen exemplarisch eine Reihe von möglichen Berufen der Zukunft an, alle in ihrer männlichen Form, doch das mag der zweifelhaften Begründung der besseren Lesbarkeit folgen: Algorithmiker, Privatsphäre-Berater, Freizeit-Manager, Gestalter virtueller Räume, Golden-Age-Berater, Robo-Ethiker, Kontrolleur autonomer Fahrzeuge, Technologie-Vermittler.

Zu diesen Berufen gibt es keine Beschreibung auf der Liste der Lehrberufe des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, auch nicht auf den Portalen IBOBB <https://portal.ibobb.at/information/informationsplattformen/inhalt/berufsorientierungsplattform-fuer-digitale-berufe> oder <https://digitaleberufe.at/matching/>. Lediglich bei Freizeit-Berater wird man auf Watchado fündig: „Tourismuskaufmann:frau“ bzw. Hotelkaufmann:frau, (<https://www.whatcado.com/de/jobinfo?searchTerm=Freizeit-Manager>) Agenda Austria meint aber etwas anderes: „Dank effizienter Technologien bleibt uns mehr Zeit für das, was im Leben wichtig ist. Einige Menschen könnten mit dieser neu gewonnenen Freiheit überfordert sein. Ihnen hilft in Zukunft ein Berater, der eine individuelle Freizeitgestaltung anbietet.“

Informieren reicht nicht

Um Missverständnissen vorzubeugen: Die genannten Portale sind großartige Informationsquellen, zum Teil auch mit gleichstellungsorientierten Ansätzen und einige sind medial sehr user:innenfreundlich aufbereitet. Natürlich können diese Berufsbilder der Zukunft nicht zu finden sein, weil es sie ja noch nicht gibt. Andererseits besteht große Einigkeit in der Auffassung, dass Jugendliche auf die zukünftige Berufswelt und auf die Gestaltung einer nachhaltig ausgerichteten Welt vorbereitet werden müssen.

Informationsplattformen im Bereich der Berufsorientierung haben auch mit dem „Zuviel an Information“ zu kämpfen: Ein mehr an Information geht nicht selbstverständlich mit einem mehr an Klarheit in der Berufswahl einher. Nun ist das informationsbasierte Matching von Interesse und Potenzial auf der einen Seite und Berufsbildern auf der anderen Seite ein notwendiges Verfahren in der Berufsorientierung. Annas Garage ergänzt dieses Verfahren: Schüler:innen der Altersgruppe 15 bis 20 Jahre erhalten die Chance, im Tun, im Verwenden von konkreten Werkzeugen und dem Bearbeiten von konkreten Werkstoffen zu erspüren, was sie begeistert. Der Fokus wird auf die Tätigkeiten gelenkt, die sich in unterschiedlichen Berufsbildern – bestehenden und zukünftigen – wiederfinden. Annas Garage ergänzt den rationalen Aspekt der Berufswahlentscheidung durch

emotionale Elemente, nimmt die Macht des Zufalls ebenso ernst wie jene des unvorhergesehenen Anstoßes.

Die schlechte Nachricht ist, dass Berufswahlentscheidungen unter den beschriebenen Rahmenbedingungen komplexer werden und in vielen Fällen noch mehr Zeit benötigen. Gerade, wenn man Alternativen zu stereotypen Berufswahlentscheidungen im Sinne einer gleichstellungsorientierten Unterstützung der Ausbildungs- und Berufswahl anbieten und unter Umständen traditionellen Mindsets neue Wege zugänglich machen möchte, erhöhen Angebote, die Zeit geben, die Wahrscheinlichkeit bessere Entscheidungen zu treffen.

Technik und Gleichstellung

Zukunftsorientiertes Technikverständnis

Die Herkunft des Begriffs „Technik“ zeigt Duden:

neulateinisch technica = Kunstwesen; Anweisung zur Ausübung einer Kunst oder Wissenschaft, zu neulateinisch technicus < griechisch technikós = kunstvoll; sachverständig, fachmännisch, zu: téchnē = Handwerk, Kunst(werk, -fertigkeit); Wissenschaft

In Bezug auf die Bedeutungen nennt Duden mehrere Bereiche:

- Gesamtheit der Maßnahmen, Einrichtungen und Verfahren, die dazu dienen, die Erkenntnisse der Naturwissenschaften für den Menschen praktisch nutzbar zu machen
- besondere, in bestimmter Weise festgelegte Art, Methode des Vorgehens, der Ausführung von etwas
- technische Ausrüstung, Einrichtung für die Produktion
- technische Beschaffenheit eines Geräts, einer Maschine o. Ä.
- Stab von Technikern
- technische Hochschule

Der Sozialwissenschaftler Christian Fuchs beschreibt auf einer metatheoretischen Ebene 4 Technikkonzepte: Technik als Ding, Technik als Verfahren, Technik als Fertigkeit/Geschick, Technik als Prozess (<http://cartoon.iguw.tuwien.ac.at/christian/technsoz/technik.html>), und er bietet eine Definition von Karl Eugen Kurrer an, die alle diese 4 Ebenen umfasst:

"Unter Technik werden zum einen Maßnahmen, Verfahren und Einrichtungen subsumiert, welche die Beherrschung und zweckmäßige Nutzung der Naturgesetze sowie der von der Natur gebotenen Energien und Rohstoffe im Sinn haben, zum anderen die Regeln und Kunstgriffe einer Tätigkeit [...] T. ist die gesellschaftlich organisierte Entäußerung des sich zwischen Mensch und Natur vollziehenden Stoffwechselprozesses in Form der funktionellen Modellierung zum externen künstlichen Organsystem der menschlichen Tätigkeit" (Kurrer, Technik, in: Sandkühler, 1990, Band 3, S. 534f). Dieses Technikverständnis spiegelt noch den industrialisierten Geist, Nachhaltigkeit spielt keine Rolle, es geht um *zweckmäßige Nutzung* der Energien und Ressourcen.

Neben diesem Paradebeispiel definitorisch verdichteter Sprache widmet sich Christian Fuchs in diesem Artikel der für Annas Garage und die Themen Nachhaltigkeit und Gleichstellung bedeutenden Frage: „Bestimmt die Technik die Gesellschaft oder die Gesellschaft die Technik?“ Er liefert nach einer Gegenüberstellung von Technikdeterminismus und Sozialkonstruktivismus die Antwort und

bezieht eine dialektische Position: Es bestehen wechselseitige Abhängigkeiten und Wechselwirkungen zwischen Technik und Gesellschaft. Eine nachhaltig ausgerichtete Gesellschaft benötigt jedenfalls eine starke sozialkonstruktivistische Position. Es wird nicht ausreichen, sich darauf zu verlassen, dass „die Technik“ - wie vielfach versprochen - in der Lage sein wird, Lösungen zu finden, den angerichteten ökologischen Schaden zu reparieren. Vielmehr wird ein gesellschaftlicher Konsens notwendig sein, der auch von der Technik einen fundamentalen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung abverlangt, der den Glauben an unbegrenztes Wachstum fundamental hinterfragt, um einen globalen ökologischen Kollaps abzuwenden. Es könnte auch ein gesellschaftlicher Konsens entstehen, der der Technik eine andere Funktion zuweist, als derzeit noch ihr primäres Selbstverständnis ist: Dass sie nicht länger nur der Motor wirtschaftlichen Wachstums ist, sondern der Motor einer nachhaltigen Zukunft.

Eine ganzheitliche Sicht auf Technik in Annas Garage ist somit auch ein Beitrag zu ihrer nachhaltigen Entwicklung:

„... Maßnahmen, die berufliche Gleichstellung fördern, sollten auch die gesellschaftliche Einbettung von Technik einbeziehen: Wie entsteht Technik? Wie verändert sie unser Leben und das Leben anderer? Welche Auswirkungen auf die Natur kann sie haben? Ein ganzheitliches Verständnis von Technik stellt weiterführende Fragen zu Verantwortung und Transparenz, zu Beteiligung und zur Mitbestimmung bei der Gestaltung unserer technikzentrierten Lebenswelten. (zum Technikbegriff vgl. auch Ropohl G. (2009) Allgemeine Technologie: eine Systemtheorie der Technik, Karlsruhe: KIT Scientific Publishing S. 31ff)

Ein derartiges Verständnis von Technik, das die Einbettung und Wirkung auf unsere Natur- und Lebenswelten berücksichtigt, das Verantwortung und Teilhabe fordert und fördert, spricht auch jene Menschen an, junge Menschen und vor allem auch Frauen, die kritisch hinterfragen und an den Auswirkungen der Technik interessiert sind. Damit bringen sie wesentliche Bereiche ein, die bei einer reinen Fokussierung auf Fragen, wie etwas funktioniert oder wie man etwas herstellen kann, fehlen.“ (Grasenick, 2021: 12)

Technik entmystifizieren

Bevor die These aufgestellt wird, dass sich hier auch die Frage nach der Gestaltungsmacht verbirgt, sei aus gleichstellungsorientierter Sicht darauf hingewiesen, dass mit den zitierten Definitionen der Mystifizierung von Technik als etwas „Schwieriges, das sich dem Zugang der Allgemeinheit entzieht“ (Steiner et al. 2015: 34) Vorschub geleistet wird. Ein breiterer, weniger mystifizierter Technikbegriff entspräche nicht nur einem wissenschaftlichen Zugang, sondern würde auch gewährleisten, dass niemand ausgeschlossen wird.

Steiner et al. schlagen für die Orientierung von Schüler:innen folglich vor, Technik zu entmystifizieren: „Daher sei es sehr hilfreich, in der Beratung Alltagsbeispiele für technische Handlungen zu finden, die im Prinzip jede/r kennt oder schon einmal gemacht hat. Wichtig ist es, vorhandene Neugier aufzugreifen und die Erlernbarkeit der Materie zu verdeutlichen sowie technische Berufe als Berufe wie jeder andere auch in den rechten Rahmen zu rücken.“ (Steiner et al., S.34)

Um Mädchen in Annas Garage den Zugang zu technischen Kontexten zu ermöglichen könnte es also sinnvoll sein, weniger von „der Technik“ als allgemeinem Konzept zu sprechen und stärker auf die

unterschiedlichen Tätigkeiten zu fokussieren, da damit der Mythos der männlichen Technik nicht so stark präsent ist.

Der allgemeine Begriff „Technik“ ist zu umfassend und suggeriert, dass alle Aspekte von Technik männlich seien. Der Versuch, statt allgemein von „der Technik“ über konkrete Tätigkeiten zu reden macht ihn weniger stereotypisierend. „Frauen haben kein Interesse an Technik ... Was soll das heißen? Wovon reden wir da? Von Hochbau, Coding oder Filmschnitt? Die Breite des Begriffs führt in die Irre und unterstützt Verallgemeinerungen.“ (Heide Cortolezis)

Technik in der digitalisierten Wissensgesellschaft

Auch wenn eine Veränderung in der Konnotation des Begriffs Technik in den letzten Jahrzehnten wahrnehmbar erscheint, bestimmen nach wie vor Bilder des Industriezeitalters unsere Vorstellung von Technik, beginnend mit rauchenden Schornsteinen und Mengen von Arbeiter:innen an den Fließbändern bis hin zum Einsatz von roher Manneskraft. In der Arbeit mit Jugendlichen allerdings benötigt man zukunftsorientierte Konzepte und Bilder von Technik.

Alte, stereotype Vorstellungen sind aber nach wie vor stark wirksam. Im Zuge der Industrialisierung wurde die männliche Konnotation des Konzeptes Technik festgeschrieben, dies wirkt bis heute fort, Die Frage könnte sein, ob am Übergang vom Industriezeitalter zur digitalisierten Wissensgesellschaft, an dem sich auch das Verständnis von Technik völlig ändert, eine Auflösung der Vorstellung der „männlichen Technik“ möglich werden könnte.

Die Trennung von Privatbereich und Erwerbstätigkeit oder auch die vergeschlechtlichte Arbeitsteilung (Männer in die Fabrik, Frauen in den Haushalt und in die Kindererziehung) war eine Folge der industrialisierten Arbeitswelt, die sich im 19. Jahrhundert verfestigte. Die Verbindung von Mann und Technik wurde strukturell verstärkt, indem die Diskurse Technik und Militär – im Verständnis des 19. Jahrhunderts naturgemäß eine Männerdomäne – starke Schnittstellen entwickelten. So waren etwa die Ingenieurscorps – technische Ausbildungsstätten des 19. Jahrhunderts – stark an das Militär gebunden. Technisches Wissen wurde dadurch noch stärker mit männlichen Verhaltensweisen in Verbindung gebracht. Technische Bildungsanstalten waren ausschließlich für Männer gedacht. So war zum Beispiel der Militärdienst Voraussetzung für die Aufnahme an eine Technische Hochschule.

Der aktuelle Paradigmenwechsel zur digitalisierten Wissensgesellschaft wird Gleichstellung als Teil des neuen Paradigmas auch in die Bereiche der Technik integrieren, auch wenn derzeit noch wenig darauf hindeutet, dass ein sich veränderndes Verständnis von Technik mehr Frauen in die Technik bringen könnte. Wie Karin Grasenick ausführt, erhöht sich der Anteil der weiblichen Professionals im Bereich Artificial Intelligence seit Jahren nicht und stagniert bei knapp über 20%. Der Anteil von weiblichen Studierenden an den Technischen Universitäten – eingedenk der Unterschiede zwischen den Studienrichtungen und der weiblichen Lehrlinge in technischen Lehrberufen zeigt keine sprunghaften Tendenzen nach oben.

Technik und Macht

Diskursanalytisch betrachtet drängt sich die Vermutung auf, dass es unabhängig vom Technikverständnis um die Frage der Macht geht. Wenn Technik das entscheidende Werkzeug zur Gestaltung der Welt ist – dies zeigt sich beispielsweise in der deterministischen Haltung, dass nur der

technische Fortschritt die Klimakrise lösen können wird – und Technik ein männliches Konzept ist, haben die Männer die Macht zur Gestaltung der Welt und es ist naheliegend, dass sie diese Macht nicht ohne weiteres abgeben werden.

Diese These wird von der Geschichte der ENIAC Girls (Electronic Numerical Integrator and Calculator) gestützt. Als „computers“ waren sie die ersten Programmiererinnen, bis die Männer erkannten, dass es sich dabei nicht um simples Eintippen von Daten handelte, sondern um ein Werkzeug zur Gestaltung der Welt. Sobald die Männer dieses Arbeitsfeld übernahmen, erhöhten sich Prestige und Bezahlung.

Aus dieser Perspektive lässt sich postulieren, dass eine größere Begeisterung von Frauen und Mädchen für technische Kontexte nur dann erreicht werden kann, wenn sich die Machtverhältnisse ändern und Frauen die gleiche Möglichkeit zur Gestaltung erhalten – nicht nur der Prozesse und Artefakte, sondern der Gesellschaft insgesamt. Dieser Paradigmenwechsel könnte ein wesentlicher Beitrag dazu sein, Technik stärker für nachhaltige Entwicklung zu nutzen.

3. Nachhaltigkeitskonzept

Das Nachhaltigkeitskonzept von Annas Garage wird in drei Schritten entwickelt: Der erste Schritt beschreibt das Grundverständnis von Nachhaltigkeit auf der Basis der drei Säulen Ökologie, Gesellschaft und Ökonomie. Im zweiten Schritt wird die Säule Ökologie fokussiert. Fünf Faktoren erfolgreich funktionierender Ökosysteme werden dargestellt und die Möglichkeiten der Umsetzung der in diesen Faktoren erkennbaren Strategien, Modelle und Prozesse in Annas Garage werden skizziert. Im dritten Schritt wird beschrieben, auf welchen Ebenen von Annas Garage Nachhaltigkeit implementiert wird.

Basis: 3- Säulen- Modell der Nachhaltigkeit

Das Nachhaltigkeitskonzept für Annas Garage basiert auf den 3 Säulen der Nachhaltigkeit. Entlang dieser 3 Säulen werden alle Qualitätsbereiche von Annas Garage auf Nachhaltigkeit hin überprüft.

Die Säule Ökologie nimmt den zentralen Stellenwert im Nachhaltigkeitskonzept von Annas Garage ein. Sie bildet den Bezugsrahmen für die konkrete Implementierung von Nachhaltigkeit und ist jenes Element in den Nachhaltigkeitschecks in allen Qualitätsbereichen, das am ausführlichsten beschrieben wird.

Die sozial – gesellschaftliche Säule manifestiert sich in den Themen Gleichstellung, Begeisterung erkennen, Zukunftsorientierung. Diese Themen reflektieren den Diskursbruch von der Industrie- zur digitalisierten Wissensgesellschaft. Die Abkehr von einem linearen zu einem systemischen Denken zeigt sich beispielsweise in der Abkehr von der Idee, die Feststellung von Kompetenzen und Interessen könnte zur Wahl der „richtigen“ Ausbildung und des „richtigen Berufs“ führen. Annas Garage nimmt die Prognosen häufiger Berufswechsel ernst, geht von zeitlich optimierten Verfahren in der Berufsorientierung weg und nimmt sogar den Zufall als möglichen Entscheidungsfaktor ernst. Design Thinking zieht sich dabei als Haltung und Methode durch alle Bereiche von Annas Garage bis hin zum Prozess der Ausbildungswahl.

Ökonomisch: Annas Garage baut eine Community auf, sucht die Kund:innen und Partner:innen bewusst in Hinblick auf deren Kompatibilität mit der Philosophie von Annas Garage. Genaue Umfeldanalysen, Partnerschaften und Netzwerke bilden neben einer soliden Geschäftsführung die Voraussetzung für ein langfristiges Bestehen von Annas Garage.

Nachhaltigkeit 3.0

Annas Garage geht in seinem Nachhaltigkeitsverständnis aber auch über diesen Zugang Nachhaltigkeit 2.0 (Universität St. Gallen, „Was ist echte unternehmerische Nachhaltigkeit“, <https://www.youtube.com/watch?v=8rwjMc-Ziug>) hinaus in Richtung Nachhaltigkeit 3.0. Die drei Säulen der Nachhaltigkeit entsprechen der dreidimensionalen Wertschöpfung von Unternehmen, die ökologische, soziale und ökonomische Ziele verfolgen. Dieses Modell denkt von innen nach außen, vom Unternehmen zur Gesellschaft: Wie können Unternehmen negative Nebenwirkungen vermeiden?

Nachhaltigkeit 3.0 begreift Nachhaltigkeit als Chance durch das Schaffen von positiven Lösungsbeiträgen für gesellschaftliche Probleme. Es ist dies ein Perspektivenwechsel vom „Inside-out“ zum „Outside-in“ Denken: Was sind die gesellschaftlichen Probleme und welchen Beitrag können Unternehmen zu deren Lösung anbieten?

Auch wenn sich Annas Garage am 3 Säulen Modell orientiert, denkt Annas Garage darüber hinaus, indem die Frage gestellt wird: „Wie schafft die Gesellschaft den Paradigmenwechsel von der Industriegesellschaft hin zur digitalisierten Wissensgesellschaft und findet dabei auch Lösungen für die riesigen ökologischen Herausforderungen unserer Zeit?“ Die Überzeugung steht dahinter, dass es nicht nur darum geht, den Fachkräftemangel in den Griff zu bekommen, oder darum, dass junge Menschen den richtigen Beruf und die richtige Ausbildung finden, um Karriere machen zu können. Vielmehr geht es darum, das kreative Gestaltungspotenzial der kommenden Generation zu aktivieren und die Impulse der jungen Menschen auch für technische Unternehmen nutzbar zu machen, um die großen gesellschaftlichen und ökologischen Probleme der Zukunft lösen zu können.

Der hier gewählte Ansatz geht dabei von den Faktoren funktionierender Ökosysteme aus und nutzt diese Faktoren für positive Lösungsbeiträge.

Fünf Faktoren erfolgreich funktionierender Ökosysteme

Nachhaltige Systeme zeichnen sich durch fünf elementare Faktoren aus (©Helga M. Kainer, PRO.SUSTAIN), die für ihr Funktionieren zentral sind. Annas Garage macht diese Faktoren zu einer Grundlage für die Entwicklung von Strategien und Maßnahmen. Im Folgenden werden die fünf Faktoren erfolgreich funktionierender Ökosysteme mit Beispielen aus dem ökologischen Kontext dargestellt. Für jeden Faktor wird anschließend ausgeführt, wie die Umsetzung dieses Faktors in Annas Garage erfolgen könnte. Auch dafür werden nachhaltige Maßnahmen in Annas Garage exemplarisch dargestellt.

Energie und Fluss

Natürliche Ökosysteme erhalten ihre Energie aus einer zentralen Quelle – der Sonne. Pflanzen bzw. die geniale „Erfindung“ der Photosynthese vor etwa 2,5 Milliarden Jahren legten DEN zentralen Grundstein für die Entstehung der Ökosysteme: Die Umwandlung von Sonnenenergie in organische Materie als Energiespeicher. So wurde diese Energie überhaupt erst für alle nachfolgenden Lebewesen nutzbar.

Menschliche Systeme schaffen inzwischen auch die Nutzung der Sonnenenergie z.B über Photovoltaik-Zellen, aber nach wie vor ist die dauerhafte Speicherung dieser Energie eine große Herausforderung. Der Klimawandel ist vor diesem Hintergrund betrachtet ein Energieproblem. Über Jahrmillionen wurde Sonnenenergie in Pflanzen, Bäumen, etc. gespeichert und als tote Masse unterirdisch zu Erdöl, Erdgas, Kohle, etc. umgewandelt. Mit der Nutzung dieser fossilen Stoffe setzen wir in kürzester Zeit die über Millionen Jahre gespeicherte Energie frei.

Generell fließt Energie immer vom energiereicheren (z.B Licht) zum energieärmeren Zustand (Wärme), daher wird das Verhalten der Energie in Ökosystemen mit einem Fluss verglichen- im Gegensatz zum zyklischen Verhalten der Stoffe. Jeder Prozess in Ökosystemen ist mit Umwandlung von Energie (z.B in organische Materie) und immer auch mit Energieverlust verbunden. Denn bei jedem Schritt geht Energie in Form von Wärme verloren*, die nicht für das eigentliche Ziel genutzt wird.

Je komplexer und stabiler eine Struktur ist, desto höher ist der Energieaufwand für ihren Aufbau und auch den Abbau am Ende des Lebenszyklus. So ist der Lebenszyklus eines Salatkopfes und sein Abbau – sprich seine Verrottung - eine Sache von wenigen Monaten. Der Aufbau und das Leben eines

ausgewachsenen Baumes dauern viele Jahre bis Jahrhunderte, der Abbau der hölzernen Strukturen benötigt wieder viele Jahre und spezielle Arten (Destruenten, v.a. Pilze), die das zustande bringen.

Strukturveränderungen können helfen, Energie effizienter zu nutzen. Dies ist beispielsweise durch eine Vereinfachung von Prozessen möglich. Strukturänderungen, um Energie zu sparen können auch auf andere Art und Weise erfolgen: Die Pfuhschnepfe als Zugvogel fliegt von Alaska nach Neuseeland und legt dabei 11.500 Kilometer zurück. Um den Flug zu überstehen, legt sie Fettreserven an und schrumpft zum Gewichtsausgleich ihre inneren Organe (Magen, Darm, Leber, Nieren) um ca. 25 %. Am Ende eines Fluges sind dann nicht nur die Fettreserven verbrannt, sondern auch Teile des Brust- und Herzmuskels.

Bei staatenbildenden Ameisen wiederum können, wenn die Königin stirbt, einzelne Arbeiter:innen das Gehirn zugunsten der Fortpflanzungsorgane schrumpfen, diese Energie umleiten, und sie übernehmen temporär die Funktion der Königin, damit nicht das ganze Volk gefährdet ist.

Umsetzung in Annas Garage: Energie und Stoffe optimieren

Um den Einsatz von Energie zu optimieren, bieten sich in Annas Garage viele Möglichkeiten an, etwa Sonnenenergie und andere Energiequellen (nicht fossil) einzusetzen. Eine Möglichkeit ist das Nutzen von Solarenergie im Container. Wenn Annas Garage als Container realisiert wird, sollte dieser nachhaltig konzipiert werden. Anleihen kann man beispielsweise beim nachhaltigen „Mobile House“ (<https://wohnwagon.at/>) nehmen, das auch auf Autarkie ausgelegt ist. Der Container bietet von Optik, Ausstattung und verwendeten Materialien her viele Ansatzpunkte, um Bewusstsein für Nachhaltigkeit allgemein und Energieeffizienz im Speziellen zu erzeugen.

Dies könnte beispielsweise so erfolgen, dass Energie als Thema greifbar und die Wertigkeit und der Größenbedarf an Energie in Annas Garage modellhaft vorgezeigt wird. Es könnte etwa ein Standard zur Energiegewinnung eingesetzt und in Zusammenhang mit der benötigten Energie in Annas Garage gebracht werden: Wie lange muss ich auf dem Standard treten, bis ich die Energie gewonnen habe, die ich brauche, um am 3D-Drucker ein einfaches Werkzeug zu produzieren?

Ausgehend von der Prozesswärme, die in komplexen Prozessen entsteht und nicht direkt dem eigentlichen Ziel zugeführt wird, wird es ein Anspruch von Annas Garage sein müssen, Prozesse zu vereinfachen. Die nachhaltigkeitsrelevante und nachhaltig orientierte Fragestellung für die Kernprozesse in Annas Garage könnte sein: „Wie kann man mit wenigen Schritte viel erreichen, beziehungsweise wie können Prozesse intelligenter und smarter gestaltet werden?“

Diese Fragestellung kann in den konkreten Challenges und Camps eine Rolle spielen, sie kann aber auch in die Abläufe, etwa in der Akquisition oder ins Setup hineinwirken.

Stoff und Kreis

In einem ausgereiften ökologischen System wird die Bedeutung von Abbauprozessen und Abfallprodukten sichtbar. Ein Beispiel stellen natürlich gereifte Wälder dar, wo Abfallprodukte über Pilze und dergleichen wieder in den ökologischen Kreislauf eingebracht werden. Dieses Prinzip wird auf die Kreislaufwirtschaft übertragen: Das Ziel der Kreislaufwirtschaft ist die Abkehr vom linearen Wirtschaften zu einem zirkulären System. Zentrales Prinzip: Der Output oder „Müll“ eines Organismus ist der Input oder der Baustoff für einen anderen Organismus.

Auf den technischen Bereich übertragen entspricht dies dem Design Prinzip Cradle-to-Cradle: „Cradle-to-Cradle-Produkte“ sind solche, die entweder als biologische Stoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt oder als „technische Stoffe“ kontinuierlich in technischen Kreisläufen gehalten werden können. Biologische Materialien, wie Nahrung, Naturfasern, Holz können nach Nutzung relativ einfach wieder in natürliche Kreisläufe rückgeführt werden. Technische Materialien, wie Plastik, Metalle, synthetische Materialien müssen in eigenen technischen Prozessen aufwändiger „recycled“ werden.

Eine weitere Variante, Abfallprodukte im Kreislauf zu halten sind beispielsweise ein „second life“ der Produkte zu ermöglichen, eine Weiterverwendung nach einem Umbau, oder aber einem Abfallprodukt eine neue Funktion zu geben.

Umsetzung in Annas Garage: Zerfall und Abbau – Kreis schließen

In der Umsetzung von Annas Garage ergeben sich viele Notwendigkeiten, sich mit Abfallprodukten auseinanderzusetzen. Am offensichtlichsten ist diese Herausforderung in den Challenges und Camps, in denen Prototypen hergestellt werden. Schon in der Auswahl der verwendeten Materialien im Prototyping ist es nachhaltig, auf die Nutzung entweder biologischer Materialien oder bereits gebrauchter Materialien zu achten.

In diesem Zusammenhang wird eine Kooperation mit Zweckzwei angestrebt: Zweckzwei hat es sich zum „Ziel gesetzt, Rest-, Wert- und Altstoffe aus verschiedensten Produktionsbetrieben noch vor dem Recycling zu retten und einem neuen Zweck zuzuführen, statt sie zu entsorgen. ... Aus diesen „Schätzen“ werden in einem ganzheitlichen Designprozess hochwertige Produkte in Kleinserie gefertigt – mit minimalem CO₂-Footprint, regionaler Wertschöpfung und in sozialen Fertigungsbetrieben. Durch das Prinzip ZweckZwei können im Vergleich zur Entsorgung der Rest- und Altstoffe bis zu 90% CO₂e eingespart werden.“ (<https://zweckzwei.at/zz-01-home>)

Eine weitere Möglichkeit, Kreislaufdenken in die Challenges und Camps zu integrieren ist, die Nachnutzung des Prototyps oder der einzelnen Komponenten als Bedingung in die Fragestellung aufzunehmen.

Wachstum und Grenze

Natürliche Systeme sind auf Wachstum ausgelegt, allerdings mit dem wichtigen Aspekt, dass limitierende Faktoren unbegrenzt Wachstum unmöglich machen. Ausgereifte Ökosysteme sichern die Selbsterhaltung nicht auf Kosten externer Ressourcen. Sie befinden sich in einem Fließgleichgewicht, wie in vielen Regenwäldern beobachtet werden kann.

Umsetzung in Annas Garage: kluges Wachstum

In den Challenges und Camps wird den jungen Menschen von den Moderator:innen und Expert:innen vermittelt, dass unbegrenzt Wachstum nicht möglich ist. Dies ist als Mindset gerade in technischen Kontexten eine wesentliche Botschaft an junge Menschen.

Annas Garage achtet auf ein Gleichgewicht in Bezug auf alle fünf der hier dargestellten Faktoren erfolgreich funktionierender Ökosysteme und setzt das Angebot mit einem vorsichtigen Einsatz externer Ressourcen um, etwa ohne zukünftige Generationen zu gefährden. Als Organisation zielt Annas Garage nicht auf unbegrenzt Wachstum ab. Ziel ist es nicht, Konkurrenten auszuschalten,

sondern auch hier eine Balance zu finden: Einen eigenen Patz im System finden, eine starke USP aufbauen und damit auch eine längerfristige und damit nachhaltige Existenz sicherzustellen.

Anpassung und Entwicklung

Trial und Error ist eine häufig zu beobachtende Methode in der Natur: Bakterien etwa sind Meister der Anpassung. Ihre schnelle Mutationsgeschwindigkeit eröffnet ihnen, sich rasch und flexibel an sich ändernde Verhältnisse anzupassen. Bäume dagegen haben fixe Strukturen, was ihnen einerseits den großen Nutzen eröffnet, dass ihre „Basisstruktur“ beständig ist. Sie müssen sich nicht jedes Jahr von Null (sprich aus dem Samen) entwickeln, sondern können ihre Energie viel stärker auf Strukturzuwachs und Vermehrung konzentrieren. Die Bildung von Holz als dauerhafte, sehr stabile Strukturen stellte in der Entwicklungsgeschichte der Pflanzen einen evolutionären Sprung dar. Andererseits geht diese stabile Struktur auf Kosten der Fähigkeit sich geänderten Umweltbedingungen (z.B. Klimawandel) rasch anzupassen. Die in Mitteleuropa sehr häufig vorkommende Esche beispielsweise wird derzeit von einem Pilz heimgesucht, gegen den es kein nachhaltig wirksames Mittel gibt. Eine Mutation als Entwicklung einer resistenten Form könnte dieses Problem vielleicht lösen, aber eine solche Anpassung benötigt bei hochkomplexen Organismen wie es Bäume sind, entsprechend viel Zeit.

Bionik und Biomimikry stellen ebenfalls Methoden der Anpassung dar: „Unter Bionik werden Forschungs- und Entwicklungsansätze verstanden, die ein technisches Anwendungsinteresse verfolgen und auf der Suche nach Problemlösungen, Erfindungen und Innovationen Wissen aus der Analyse lebender Systeme heranziehen und dieses Wissen auf technische Systeme übertragen. Der Gedanke der Übertragung von der Biologie zur Technik ist dabei das zentrale Element der Bionik.“ (Wikipedia) Beispiele Bionik: Salzstreuer (Vorbild Mohnkapsel), Klettverschluss (Vorbild: Früchte des Klett-Labkrautes), Lotuseffekt (Selbstreinigung, Vorbild Lotuspflanze)

Bionik wirkt auf der Produktebene, Biomimikry ist eher ein Prozessmodell. Biomimikry bezeichnet einen umfassenden Ansatz, in dem evolutionär ausgeklügelte Strategien der Natur als Modell für nachhaltige Lösungen dienen.

Ebenen der Modellbildung:

- Lernen von den Ergebnissen der Evolution (z.B. Bionik)
- Lernen vom Evolutionsprozess (z.B. Krisen-Resilienz)
- Lernen von den Erfolgsprinzipien (z.B. Kreislaufwirtschaft)

Umsetzung in Annas Garage: Veränderung und Krise = Innovation und Evolution

Veränderungen, Krisen und Anpassungen sind notwendig für die Evolution und sie sind gleichzeitig Treibstoff für Innovation. Gerade in der aktuell sehr krisenbehafteten Zeit ist es naheliegend, Junge Menschen mit der Fragestellung zu konzentrieren, was können wir von der Natur in Bezug auf den Umgang mit Krisen lernen?

Bionik kann in unterschiedlicher Weise in die Challenges eingebracht werden, etwa von den Prozessmoderator:innen, die bei der Ideenfindung auf Beispiele aus der Bionik verweisen und in der Analyse und in der Ideenfindung auf dieses Modell hinweisen. Mindestens ebenso lohnend stellt sich Biomimikry als stärker prozessorientiertes Modell für Annas Garage dar.

Das für Annas Garage genutzte Verfahren in den Challenges und Camps und im Übrigen auch schon in der Entwicklung von Annas Garage selbst ist Design Thinking. Design Thinking arbeitet im Prototyping mit Iterationen, in denen Trial und Error bewusst eingesetzt werden. Design Thinking wird in erster Linie zur Entwicklung von Innovationen eingesetzt.

Vielfalt und Beziehung

Das Überleben zu sichern und sich fortzupflanzen sind evolutionäre Primärziele, diese sind mit dem Prinzip der Konkurrenz verbunden, allgemein assoziiert mit „survival of the fittest“- korrekt übersetzt mit „Überleben der am besten Angepassten“. Konkurrenz ist ein zentraler biologischer Faktor im Kampf um Nahrung, Lebensraum, Fortpflanzung, etc. und damit „Innovations- und Diversitätstreiber“ der Evolution.

Gleichzeitig ist Kooperation die Antwort auf Konkurrenz und Krisensituationen, ein Erfolgsprinzip der Natur im Kampf um Ressourcen. In der Natur findet man zahlreiche Beispiele für die Bedeutung der Kooperation, etwa Informationsaustausch über Artgrenzen hinweg. Der Wald reagiert beispielsweise auf Krisensituationen, etwa auf Borkenkäferbefall, mit einem intensiven Informationsaustausch. Dieser erfolgt vor allem über ein komplexes, vielschichtiges Netzwerk im Waldboden - dem sogenannten „Wood Wide Web“. Diese Mykorrhiza-Netzwerke bilden komplexe Verbindungen zwischen Waldbäumen, Sträuchern und Pilzen und sorgt für einen regen Austausch von Nährstoffen, Wasser, Zucker und Informationen.

Die ausgeprägteste Form der Kooperation ist die Symbiose. Sie bedeutet immer eine win-win Situation für die beteiligten Partnerorganismen. Beispiele dafür sind beispielsweise Flechten (Symbiose aus Pilzen und Algen). Eine höchst erfolgreiche Form der Symbiose ist auch die oben genannte Kooperation zwischen Pilzen und Bäumen.

Umsetzung in Annas Garage: Kooperation und Konkurrenz

Annas Garage wurde kooperativ entwickelt und sieht Kooperation als einen der Schlüsselbereiche in der Umsetzung des Angebotes: Annas Garage definiert die Schnittstellen mit Angeboten der Berufsorientierung sehr genau, um bestehende Angebote nicht zu konkurrenzieren, sondern als sinnvolle Ergänzung/Vorbereitung/Nachbereitung bestehender Angebote. Annas Garage kooperiert eng mit Schulen, um die geeigneten Schüler:innen mit Unternehmen zusammen zu bringen. Diese Stakeholder, aber auch Unternehmen, Universitäten, Hochschulen und Jugendorganisationen bilden gemeinsam mit den jungen Menschen und den Eltern eine Community, die ständig wachsen soll.

Und schließlich basiert Design Thinking, das Verfahren, mit dem Annas Garage entwickelt wurde und das den Challenges und Camps zugrunde liegt, auf Kooperation.

Ebenen der Implementierung in Annas Garage

Die Implementierung von Nachhaltigkeit in Annas Garage benötigt bei den handelnden Personen Klarheit darüber, was nachhaltige Systeme überhaupt sind: Wie funktionieren erfolgreiche Ökosysteme, welche zentralen Prozesse und Erfolgsstrategien lassen sich in diesen Systemen beobachten. In weiterer Folge werden diese ökologisch erfolgreichen Strategien für die drei Säulen der Nachhaltigkeit in Annas Garage nutzbar gemacht. Die dabei hergestellten Analogien dienen als Inspiration für nachhaltige innovative Lösungsansätze.

Drei Ebenen der Implementierung von Nachhaltigkeit:

1. Ebene der Mindsets und Haltungen: Nachhaltiges Systemverständnis und nachhaltige Qualitätsentwicklung als Software aller beteiligten Menschen in Annas Garage. Auf der Ebene der Qualitätsentwicklung wird diese Ebene besonders in den Value Propositions, Key Activities und Key Partners wirksam. Ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit liegt dem Wertesystem von Annas Garage zugrunde. Die beteiligten Menschen (Mitarbeiter:innen von Annas Garage, Expert:innen, Moderator:innen, bis hin zu den Kund:innen, speziell den Ausbilder:innen) committen sich zu dieser Haltung bzw. zu diesen Werten. Sogar die Partner:innen (Kooperationspartner:innen in den Begleitformaten, Role-models, etc.) stehen in ihrem öffentlichen Auftritt im Kontext von Annas Garage nicht in Widerspruch zu den genannten Werten und Haltungen.
2. Operative Ebene: Nachhaltigkeits-Check – wie werden die in erfolgreichen Ökosystemen genutzten Prozesse für Annas Garage übersetzt?
Für jeden Qualitätsstandard wird ein Nachhaltigkeitscheck entlang der 3 Säulen der Nachhaltigkeit angeboten. Dieser Nachhaltigkeitscheck soll eine Motivation zur Reflexion und Weiterentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit sein. Die Parameter spannen ein großes Spektrum an möglichen Maßnahmen in Annas Garage auf, die sukzessive und mit Priorisierungen versehen in Angriff genommen werden sollen. Im Bereich der Ökologie wird beispielsweise auf Themen wie Energieeffizienz und erneuerbare Energien, Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft, Mobilität oder auch Abfälle, Wasser und Biodiversität geachtet.
3. Nachhaltigkeit in den Challenges auf der Ebene der Innovationen und der Prototypen: Wurden aus Analogien gewonnene Inspirationen im Prototyping genutzt? Im Fokus dieser Ebene stehen die Qualitätsbereiche Key Activities und Key Partners. In den Challenges, den Camps und auch den Begleitformaten werden Themen und Fragen der Umwelttechnologie ebenso behandelt wie gesellschaftlich relevante Fragestellungen. Das Prototyping als Schlüsselaktivität von Annas Garage wird etwa entlang von Design Thinking umgesetzt, das in vielen Dimensionen einen Prozess beschreibt, der Nachhaltigkeit fördert, durch die Art der Fragestellungen, durch die Art des Prozesses, der in Iterationen verläuft und in dem mit Trial und Error ein Verfahren verwendet ist, das auch in ökologischen Systemen zu finden ist. Auch durch die intensive Einbindung der Stakeholder:innen und weiterer Resonanzgruppen wird eine soziale und ökonomische Nachhaltigkeit von vornherein sichergestellt. Die Key Partners werden auf dieser Ebene mit Know-how versorgt, werden kooperativ in die Prozesse in Annas Garage eingebunden und unterstützen die Moderator:innen in Annas Garage darin, Analogien aus funktionierenden Ökosystemen im Prototyping (von der Art der Fragestellung über die kreative Ideenfindung mit Anleihen aus den Bereichen Eco-Design, Reparatur, Bionik bis hin zu kreativen Lösungen mit anfallendem Abfall und letztlich auch dem Recycling, Upcycling, Reuse oder Second Life des Prototypen selbst.).

4. Handbuch Nachhaltigkeit

Funktion und Aufbau

Das Handbuch Nachhaltigkeit geht vom Qualitätsentwicklungskonzept von Annas Garage aus. Das Qualitätsentwicklungskonzept wurde entlang der Bausteine des Business Modell Generation Canvass entwickelt: Wertangebote (Value Propositions), Kund:innensegmente (Customer Segments), Kund:innenbeziehungen (Customer Relationships), Kanäle (Channels), Schlüsselaktivitäten (Key Activities), Schlüsselpartnerschaften (Key Partners), Schlüsselressourcen (Key Ressources), Kostenstruktur (Cost Structure), Einnahmequellen (Revenue Streams). Im Qualitätsentwicklungskonzept wurden die beiden auf Kund:innen bezogenen Bausteine zusammengefasst. Im Nachhaltigkeitskonzept wurden die Revenue Streams nicht mit Nachhaltigkeitskriterien in Verbindung gebracht, da dies keinen Mehrwert versprach und die Vereinfachung von Strukturen und Prozessen ein Beitrag zur Nachhaltigkeit ist.

Funktion des Nachhaltigkeitshandbuchs

Das Nachhaltigkeitshandbuch bereitet die Zugänge von Annas Garage zum Thema Nachhaltigkeit möglichst vielfältig auf. Es bleibt aber trotzdem erweiterbar. Es dient einerseits der schrittweisen Umsetzung der aufgezeigten Perspektiven in den nächsten Jahren entlang eines Implementierungsplanes, der seinerseits aus den angegebenen Handlungsfeldern und deren Priorisierung abgeleitet werden kann. Andererseits ist es eine Basis für die Entwicklung und Umsetzung der Angebote in Annas Garage. Erste Einsätze in der Formulierung von Fragestellungen im Rahmen des Setups zeigen den Mehrwert, den die Fokussierung auf Nachhaltigkeit bringt. Das Handbuch wird von 08/2022 – 07/2023 im Einsatz erprobt und evaluiert.

Aufbau

Jeder Baustein des Business Modell Generation Canvass entspricht einer Qualitätsdimension in Annas Garage. Zu jeder Dimension wurden im Qualitätshandbuch Qualitätsbereiche (insgesamt 36), zu jedem Qualitätsbereich wurden Qualitätskriterien formuliert. Das Nachhaltigkeitshandbuch verwendet die Struktur des Qualitätshandbuches und formuliert dazu einen Nachhaltigkeitscheck.

Das Nachhaltigkeitshandbuch ist diesem System entsprechend aufgebaut: Zu jeder Qualitätsdimension sind Qualitätsbereiche und -kriterien definiert. Um das Verständnis zu erleichtern, werden einzelne Qualitätsbereiche in eingefügten Kommentaren ausführlich erläutert.

Für jeden Qualitätsbereich wurde eine Nachhaltigkeitscheckliste entwickelt, die ihrerseits den drei Säulen der Nachhaltigkeit entsprechend gegliedert ist – die Nachhaltigkeitskriterien sind den Säulen Ökologie, Gesellschaft/Soziales und Ökonomie zugeordnet. Da der primäre Fokus des Handbuchs auf der ökologischen Säule liegt, werden die Säulen Gesellschaft und Ökonomie jeweils zusammengefasst.

Zu den Nachhaltigkeitskriterien werden Handlungsfelder formuliert, die ihrerseits priorisiert werden können. Dies ermöglicht auf einfachem Weg eine Strategie der Implementierung von Nachhaltigkeit abzuleiten.

Bausteine BMG – Qualitätsdimensionen



Value Propositions



Customer Segments and Relationship



Channels



Key Activities



Key Partners



Key Resources



Cost Structure



Revenue Streams

5. Qualität und Nachhaltigkeit: Kriterien



Dimension 1: Value propositions



Qualitätsbereich 1: Mindset

Q1

Qualitätskriterien

1. Alle Partner:innen und Mitarbeiter:innen entwickeln ein partizipatives und zukunftsorientiertes Mindset in der Arbeit in Annas Garage.
2. Annas Garage ermöglicht unkomplizierte Begegnungen zwischen jungen Menschen, Unternehmen und Lehrer:innen
3. Junge Menschen erfahren, was sie begeistert. Diese Erkenntnis ist die Basis der weiteren Ausbildungs- und Berufswahl. Ein direktes Matching von Kompetenzen und Berufsbild wird nicht angestrebt.
4. Gemeinsam mit jungen Menschen und einem Blick auf zukünftige globale Herausforderungen wird Orientierung innovativ gedacht.
5. Zukunftsorientierte Unternehmen gestalten mit.
6. Nachhaltigkeit und Gleichstellungsorientierung wird in allen strategischen und operativen Bereichen von Annas Garage implementiert.
7. Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeit werden als Querschnittsthemen implementiert.
8. Annas Garage entwickelt eine attraktive und nachhaltige Community.

Kommentar

Begeisterung als Element der Ausbildungswahl

Annas Garage setzt anders als Berufsorientierung nicht darauf, dass am Ende des Prozesses eine Reihe von Berufsbildern passend zu den Kompetenzen vorgeschlagen werden. Mit einem Blick auf die Zukunft, in der Menschen ihre Berufe häufig wechseln werden ist es für Annas Garage wichtiger, dass junge Menschen herausfinden, was sie begeistert und in welchen Bereichen sie mitgestalten wollen. Auch eine Entscheidung für ein Berufsbild und/oder eine bestimmte Ausbildung mit Blick auf die inhärenten Karrierechancen strebt Annas Garage nicht an.



Zukunftsorientierte Unternehmen gestalten mit

Annas Garage lädt jene Unternehmen zur kooperativen Gestaltung von Annas Garage ein, die Zukunftsthemen wie Gleichstellung, Klimaschutz und systemische Berufswahl gegenüber aufgeschlossen sind. Diese Unternehmen sollten auch an der Gestaltung zukünftiger Angebote mitwirken.

Gleichstellung

An der Schnittstelle Ausbildungs-/Berufswahl und technische Unternehmen ist das Thema Gleichstellung besonders präsent. Strategisch wendet sich Annas Garage an Schülerinnen und weibliche Jugendliche und hat dabei das Ziel, den Kontakt mit technischen Kontexten auch für die Altersgruppe 15-20 Jahre noch einmal zu ermöglichen, um die Optionen der jungen Frauen zu erweitern. Gleichstellung wird darüber hinaus als strategische Notwendigkeit einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung verstanden.

Annas Garage versteht sich als Angebot für alle Geschlechter. Es soll allen ermöglicht werden, mit den gleichen Chancen Erfahrungen und Erkenntnisse zu sammeln und dabei festzustellen, ob technisches und handwerkliches Tun sie begeistern kann. Gleichstellung bedeutet für uns nicht, alle gleich zu behandeln, sondern kluge Maßnahmen zu setzen, damit alle die gleichen Möglichkeiten haben. Daher sind manche unserer Angebote "girls only" und "boys only".

Alle Mitarbeiter:innen im Team von Annas Garage werden entsprechend weitergebildet. Gleichstellung wird spürbar von der Strategie über die Angebote bis hin zur Kommunikation in Annas Garage.

Annas Garage ist auch ein Beitrag zur Umsetzung der Gleichstellungsstrategie des Landes Steiermark. Primär wird dem Themenfeld 3 – Bildung und Aus- und Weiterbildung zugearbeitet, in dem u.a. folgende Maßnahmen geplant sind:

- *Bereitstellung von Informationen über Berufstrends der Zukunft für Eltern/Erziehungsberechtigte und pädagogische Fachkräfte*
- *Förderung der Vernetzung von Schulen und regionalen Unternehmen zur Vermittlung praxisnaher, klarer Berufsbilder*
- *Weitere Unterstützung von Angeboten zur Erhöhung des Mädchenanteils in technischen Berufen*

Gleichstellung ist in Annas Garage vor allem an der Schnittstelle zum Verständnis von Technik ein Thema.

**Q1****Nachhaltigkeitscheck: Mindset**

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	In Annas Garage erfahren junge Menschen, was sie begeistert.	Methodik entwickeln, die die individuellen Gestaltungsräume, auch bei globalen Themen wie der Klimaerwärmung, sichtbar und erlebbar macht. Making-Umgebungen schaffen, die Flow-Erlebnisse ermöglichen.	
	Begeisterung für das Thema Nachhaltigkeit wird geweckt.	Motivierende Referent:innen in den Impulsformaten gewinnen. Good Practice in Unternehmen sichtbar machen.	
	Annas Garage verwendet ein Orientierungskonzept, das zukünftige globale Herausforderungen als berufliche Handlungsperspektive für junge Menschen ins Zentrum stellt.	Orientierungskonzept entwickeln. (Workbook)	
	Annas Garage entwickelt das Angebot mit nachhaltig orientierten Unternehmen und Organisationen weiter.	Kooperationen mit nachhaltig orientierten Unternehmen und Organisationen fixieren. Checkliste Nachhaltig orientierte Unternehmen und Organisationen als Partner:innen	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage arbeitet in allen Bereichen der Organisation und des Angebotes gleichstellungsorientiert.	Gleichstellungskonzept auf den Ebenen Strategie, Struktur und Kultur anwendungsorientiert ausformulieren.	
	Annas Garage baut sukzessive eine attraktive Community auf, in der nachhaltig orientierte Partner:innen mitgestalten. Schulen sind ebenso Teil dieser Community wie Unternehmen.	Angebote für diese Community entwickeln und nach außen kommunizieren. Arbeitsplan formulieren.	
	Sozial und ökologisch zukunftsorientierte Unternehmen sind Teil der Community und gestalten Annas Garage mit.	Vision für die Community ausformulieren, mit Nachhaltigkeit und Gleichstellung im Fokus.	



Qualitätsbereich 2: Nutzenorientierung

Q2

Qualitätskriterien

1. Junge Menschen werden dabei begleitet ihr Begeisterungspotenzial und ihr Gestaltungsinteresse zu erkunden. Konkretes Tun, Feedback und Reflexion sind dabei zentrale methodische Elemente.
2. Unternehmen erhalten ein innovatives Tool für die Akquisition von Lehrlingen und zukünftigen Fachkräften. Die Vernetzung mit Schulen wird im Zuge der Akquisition intensiviert.
3. Unternehmen nutzen Annas Garage, um ihr Employer Branding zu unterstützen, z.B. in der Onboarding Garage.
4. Regionen erhöhen ihre Attraktivität für Jugendliche, in der Region zu bleiben oder zu remigrieren.
5. Lehrer:innen werden in ihrem Bemühen unterstützt, gemeinsam mit den Jugendlichen die für die jungen Menschen passenden Entscheidungen in Bezug auf Ausbildung und Berufswahl zu treffen.
6. Eltern erhalten Unterstützung dabei, die Berufswahlentscheidungen ihrer Kinder zu begleiten.

Kommentar

Nutzen des Angebotes für Unternehmen

- Akquisition: Junge Menschen für das Unternehmen begeistern und Lehrlinge gewinnen
- Onboarding neuer Lehrlinge
- Beitrag zur Positionierung als zukunftsorientierter lehrlingsausbildender Betrieb

Was bringt Annas Garage dem Unternehmen?

- Annas Garage bringt interessierte und vorausgewählte Schüler:innen in den Betrieb.
- Annas Garage ist ein innovatives Angebot, das die Arbeitgeber:innenmarke stärkt.
- Annas Garage wurde gemeinsam mit 60 Unternehmen und 30 Organisationen entwickelt.
- Unternehmen können in Annas Garage das Potenzial der Schüler:innen persönlich einschätzen.
- Annas Garage steht für authentische Kommunikation und PR



Q2

Nachhaltigkeitscheck: Nutzenorientierung

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die Begeisterung der jungen Menschen an der nachhaltigen Mitgestaltung der Welt wird durch nachhaltig orientiertes Tun in Annas Garage geweckt.	Methodische Grundsätze des nachhaltigen Prototyping formulieren und an die Moderator:innen und Expert:innen weitervermitteln.	
	Feedback und Reflexion sind bestimmende Elemente des Orientierungsprozesses der Jugendlichen. In diesen Prozessen ist eine nachhaltige Denkweise sichergestellt.	Anleitung durch entsprechend ausgebildete Moderator:innen und Ausbilder:innen An Nachhaltigkeit orientierte Gestaltung des Workbooks.	
	Nachhaltig orientierte Schulen und nachhaltig orientierte Unternehmen arbeiten in Annas Garage zusammen.	Auswahlkriterien für entsprechende Schulen und Unternehmen erstellen, Qualitätsstandards vermitteln.	
	Regionen als Partner:innen von Annas Garage integrieren Botschaften zum (auch eigenen) nachhaltigen Handeln in ihre PR.	Finden motivierter Regionen. Unterstützung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit mit einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Gleichstellungsorientiertes Feedback wird von den Moderator:innen und den Lehrlingsausbilder:innen gegeben.	Weiterbildung der Expert:innen und Moderator:innen.	
	Die Räume und die verwendeten Methoden sind darauf ausgerichtet, das Begeisterungspotenzial von Burschen und Mädchen anzusprechen.	Ausstattungskonzept für den Raum „Annas Garage“ erarbeiten.	
	Annas Garage ermöglicht die regionale Kooperation von Unternehmen und leistet damit einen Beitrag zur Entwicklung eines zukunftsorientierten Mindsets bei Unternehmen (Kooperation statt Konkurrenz)	Regionale Partnerschaften von Unternehmen initiieren und moderieren.	



Qualitätsbereich 3: authentische Public Relations

Q3

Qualitätskriterien

1. Nutzung von Annas Garage für systematisches Employer Branding in analogen und digitalen Medien
2. Präsentation der Unternehmen mit authentischen und begeisternden Botschaften und Bildern aus der Perspektive der Jugendlichen (mehrheitlich Mädchen)

Kommentar

Employer Branding

Annas Garage unterstützt durch Content Management auf der digitalen Plattform und durch klassische Medienarbeit (Print und TV) Unternehmen in ihrer Positionierung im Bereich Employer Branding. Annas Garage versteht Employer Branding nicht als Verkaufsmaßnahme, sondern als Teil eines OE-Prozesses, in dem das Unternehmen einen systemisch wirksamen Veränderungsprozess umsetzt, der gemeinsam mit Personalmarketing eine Basis für ein erfolgreiches Recruiting von erwünschten Bewerber:innen bildet.

Authentische und anschlussfähige Präsentation der Unternehmen

Viele Unternehmen stellen Videos auf ihren Webseiten bereit, die großteils sehr professionell ein Image des Unternehmens kommunizieren sollen. Annas Garage ermöglicht bei Bedarf eine Ergänzung dieser Videos durch Videos, die von jungen Menschen (mehrheitlich Mädchen) im Rahmen von Annas Garage erstellt werden.

In der Umsetzungsphase von Annas Garage ist eine (oder mehrere) Gruppe(n) von Jugendlichen (Reporter:innen) im Netzwerk der beteiligten Unternehmen und Schulen unterwegs, um Videopräsentationen der beteiligten Unternehmen zu erstellen. Ein Ergebnis dieser Lernreisen bilden Kurzvideos aus der Perspektive der (weiblichen und männlichen) Jugendlichen, die dem Netzwerk zur Verfügung stehen und die auf der Plattform „Annas Garage“ online zugänglich gemacht werden. Diese Videos sollen die Unternehmen aus der Perspektive von Jugendlichen für Jugendliche präsentieren und so ein Andocken von Interessierten erleichtern.



Q3

Nachhaltigkeitscheck: Authentische Public Relations

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Das Content Management integriert das Thema Nachhaltigkeit in möglichst vielen Bereichen.	Nachhaltigkeit als Querschnittsthema im Content Management Plan verankern.	
	In der Präsentation des Unternehmens durch die Jugendlichen werden die Initiativen des Unternehmens zur Nachhaltigkeit fokussiert.	Jugendliche werden im Briefing auf diesen Fokus aufmerksam machen und dabei unterstützt, diese Initiativen zu finden und zu präsentieren.	
	Beiträge des Unternehmens im Bereich Ökologie werden im Rahmen der authentischen Öffentlichkeitsarbeit sichtbar gemacht (bspw. Produkte, die einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.)	In jeder Challenge/jedem Camp erhalten die jugendlichen Teilnehmer:innen entsprechende Arbeitsanweisungen.	
	Möglichkeiten, Nachhaltigkeit ins Employer Branding der Partnerunternehmen aufzunehmen, werden im Rahmen von Annas Garage entwickelt.	Ideenfindungssprints mit den teilnehmenden Unternehmen werden im Set-up angeboten.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Möglichkeiten werden entwickelt, wie Recruiting Prozesse in den Unternehmen in Richtung Gleichstellung und Nachhaltigkeit weiterentwickelt werden können.	Checklisten für die Touchpoints der Employee Journey bzw. der Apprentice Journey werden im Rahmen der Workshops für Unternehmen erarbeitet.	



Qualitätsbereich 4: Innovatives Leistungsspektrum

Q4

Qualitätskriterien

1. Making – Prototyping wird von Expert:innen und von in Annas Garage trainierten Modertor:innen nach aktuellen Methoden (z.B. Design Thinking) angeleitet.
2. Der Prototyping-Prozess in Annas Garage wird ausschließlich in Teams realisiert. Diese Teamorientierung trägt zur kohäsiven Lehrlingsausbildung bei.
3. Annas Garage moderiert Prozesse, die jungen Menschen ausreichend Zeit geben, ihre Begeisterungsfähigkeit und ihr Gestaltungspotenzial zu erfahren und zu reflektieren.
4. Die Moderator:innen, Expert:innen und Mitarbeiter:innen in Annas Garage orientieren sich primär am Ermöglichen einer Beziehungs- und vertrauensorientierten Arbeitskultur

Kommentar

Making: Reflexion im Tun

Gerade 3D-Druck bietet unzählige und kreative Zugänge zu vielfältigen Formen der Auseinandersetzung mit Technik. Ideen findet man beispielsweise auf www.thingiverse.com



<https://www.thingiverse.com/thing:2240259>

Einer der zentralen Standards von Annas Garage ist die Möglichkeit, im Tun, in der konkreten Arbeit mit Werkzeugen und Werkstoffen herauszufinden, ob ein Interesse an technischen Tätigkeiten



vorhanden ist. In Teams und gemeinsam mit Moderator:innen und Mitarbeiter:innen von Unternehmen arbeiten Schüler:innen/junge Menschen in Challenges und eigenen Projekten.

Interesse kann man nur für etwas entwickeln, mit dem man in Kontakt kommt. Checklisten und Fragebögen ersetzen nicht die konkrete Arbeit mit Werkstoffen, nicht den Geruch von Holz und Kunststoffen, die Berührung von Leinen oder Metall. Sie ersetzen vor allem nicht das Gefühl, mit analogen und digitalen Werkzeugen etwas gestalten zu können.

Schüler:innen sollen auch in der Oberstufe der AHS und BMHS noch die Möglichkeit bekommen, im Tun zu erkennen, was sie begeistert und wo ihre Potenziale liegen. In Annas Garage verfolgen wir den Making-Ansatz ansatzweise auch deshalb, weil in diesen Zugang soziale, ökologische und gesellschaftliche Perspektiven integriert werden können.

Making bezeichnet Aktivitäten, bei denen jede/r selbst aktiv wird und ein Produkt, analog oder digital entwickelt, adaptiert, gestaltet und produziert und dabei (auch) digitale Technologien zum Einsatz bringt. Making-Aktivitäten sind verbunden mit sozialen Aktivitäten, die häufig in speziellen Werkstätten stattfinden, z.B. den Fablabs, Makerspaces, Hackerspaces u.a., und unter Berücksichtigung ökologischer und gesellschaftlicher Gesichtspunkte, z.B. als Upcycling oder im RepairCafé. (vgl. Schön, Ebner, Kumar, 2014).

Während Making-Aktivitäten bei Erwachsenen in der Regel selbstinitiiert und autodidaktisch sind und in offenen Werkstätten und FabLabs Räumlichkeiten finden, werden Making-Aktivitäten mit Kindern und Jugendlichen häufig durch Erwachsene angeregt und gestaltet. (Schön et al, 2016)

Zeit

Zeit stellt einen wesentlichen Faktor in den Angeboten von Annas Garage dar und ist gleichzeitig ein Schlüsselbereich, da eine direkte Korrelation zwischen der zur Verfügung stehenden Zeit und den Kosten des Angebotes besteht. Schon das Projekt „Unternehmen für Mädchen“ (www.u-f-m.at), das sich im ersten Durchgang primär mit der Frage beschäftigt hat, wie Unternehmen ihre Kultur verändern müssen, um für weibliche Bewerberinnen attraktiv zu werden, hat in seiner Arbeit mit Mädchen explizit darauf hingewiesen, dass nachhaltige Entscheidungen in Bezug auf die Berufswahl Zeit benötigen: „Hilfreich wird wahrgenommen, wenn Berufswahlentscheidungsprozesse als Prozesse definiert werden, die einen längeren Prozess der Zusammenarbeit brauchen. Es sollen also längerfristige Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft aufgebaut werden. Hier könnten auch gezielte Workshops für Mädchen angeboten werden.“ (UFM)

Die Entscheidungsfindung in Bezug auf Ausbildung und Beruf kann tatsächlich infolge eines starken Impulses erfolgen, dafür haben wir in den Interviews viele Hinweise gefunden. Das schließt allerdings nicht aus, dass diesem prima facie plötzlichen Entschluss nicht eine lange Phase der Unsicherheit vorausgegangen wäre und es bedeutet auch nicht, dass man tendenziell nicht mit einer langen Phase der Entscheidungsfindung rechnen müsste.

Ganz im Gegenteil: Die Ausbildungs- und Berufswahlentscheidung braucht Zeit, die mit unterschiedlichen Formaten am besten genutzt wird: mit Informationen, mit Realbegegnungen, auch mit konkreten Arbeitserfahrungen, mit emotionalen Begegnungen, Beratungen und Coaching von Eltern, Lehrer:innen und Freund:innen, mit Phasen der Reflexion, mit Feedback und vielem mehr.



Zeit ist Geld, lautet eine Binsenweisheit und das trifft auch auf die hier zur Diskussion stehenden Angebote für die Schüler:innen zu. Wenn Maßnahmen gegen Fachkräfte- und Lehrlingsmangel, hohe Ausfallsquoten und stereotype Berufswahlentscheidungen strategische Priorität haben sollen, braucht das Zeit, so anachronistisch das klingt, und Geld. Stärker am Gras zu ziehen ist keine geeignete Strategie.

Vom Interesse zur Begeisterung

Berufsorientierungsmaßnahmen beinhalten zumeist Interessenstests. Ein nächster Schritt nach dem Feststellen von Interessen – am besten gleichstellungsorientiert – ist die Beschäftigung mit der Frage, welche Tätigkeiten über das Interesse hinaus Begeisterung auslösen können. Das Konzept der Begeisterung ist emotionaler besetzt als Interesse und kann zur Eingrenzung möglicher Ausbildungs- und Berufsvorstellungen beitragen. Von der Seite der Unternehmen betrachtet sind begeisterte Mitarbeiter:innen noch begehrter als interessierte Mitarbeiter:innen.

Zu achten ist dabei allerdings darauf, dass das Einfordern von Begeisterung nicht zur Überforderung und Paralisierung der Schüler:innen führt. Die Überhöhung, dass der Beruf tagtäglich etwas Erfüllendes sein muss, ist realitätsfern und sollte nicht als Maßstab vermittelt werden.

Annas Garage soll Begeisterung sichtbar machen. Entsprechende methodische Konzepte sind spärlich gesät. Vielversprechend ist eine Kombination aus Selbstreflexion und Feedback.

Mihaly Csikszentmihaly hat aus psychologischer Sicht versucht, Flowleben nachzuweisen. Die Bedingungen des Flow hat Csikszentmihaly in unterschiedlichen Publikationen unterschiedlich beschrieben, konstituierend sind:

- Klare, selbstgewählte Ziele
- Unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten auf dem Weg zum Ziel
- Begrenztes Stimulusfeld: Konzentration der Aufmerksamkeit auf ein begrenztes, überschaubares Handlungsfeld (die Tätigkeit läuft im Nahbereich ab).
- Gefühle der Kompetenz und Kontrolle: sich den selbst gestellten Anforderungen gewachsen führen - Schwierigkeit der Aufgabe und Lösungskompetenz befinden sich im Gleichgewicht.
- Auf die Aktivitäten erfolgen eindeutige und sofortige Rückmeldungen (der Handlungserfolg wird sofort erkennbar).
- Handeln und Bewusstsein verschmelzen miteinander (eine Außenwelt existiert nicht).
- Das Zeitgefühl verändert sich – nur das Hier und Jetzt zählt.
- Die Tätigkeit belohnt sich selbst (es bedarf keines Lobes von außen)

In Annas Garage ist es weniger wichtig, Begeisterung oder Flow nachzuweisen oder gar zu messen. Wichtig ist, die Bedingungen zu schaffen – auch unter Beachtung der von Csikszentmihaly beschriebenen Bedingungen des Flowlebens – dass Schüler:innen Begeisterung und/oder Flow erfahren können und in der Reflexion unterstützt werden. Das notwendige Feedback und die Unterstützung der Reflexion werden in Annas Garage gleichstellungsorientiert umgesetzt.



Q4

Nachhaltigkeitscheck: Innovatives Leistungsspektrum

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Design Thinking in den Challenges wird eingesetzt, um innovative Ansätze für nachhaltige Problemlösungen auch mit einem ökologischen Fokus zu entwickeln.	Integration der entsprechenden Themen in die Weiterbildung der Moderator:innen und Trainer:innen	
	Im Tun werden die ökologischen Konsequenzen von Entwicklungs- und Produktionsprozessen reflektiert.	Entsprechendes inhaltliches Know-how und die Kompetenzen in der Begleitung der Reflexion werden in das Training der Moderator:innen und Trainer:innen integriert.	
	Der Making-Ansatz in Annas Garage integriert ökologische, gesellschaftlich/soziale und ökonomische Perspektiven.	Beschreibung des Ansatzes im Workbook	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die beziehungs- und vertrauensorientierte Arbeitskultur wird als Modell für zukunftsorientierte Unternehmen in Annas Garage umgesetzt.	Die Erfahrungen werden beschrieben, evaluiert und als Empfehlung ständig weiterentwickelt.	
	Arbeiten in Teams in den Challenges ist eine Vorbereitung für die Arbeit an (ökologischen) Problemstellungen im späteren Berufsleben.	Moderator:innen und Trainer:innen setzen sich mit dem Thema Kooperation und Konkurrenz in den Weiterbildungen auseinander.	
	Nachhaltige Lösungen berücksichtigen den Faktor Zeit. Annas Garage reflektiert diesen Faktor auf unterschiedlichen Ebenen, etwa in der Länge der Challenges, in der Frage, wie lange man braucht, um eine Berufsentscheidung zu treffen, aber auch in der Frage, wie lange entwickelte Lösungen wirken können.	Zeitliche Mindeststandards werden in der Kommunikation mit Kund:innen ausgesprochen und begründet.	
	Making entwickelt eine Haltung bei den Jugendlichen, die aktive Gestaltung im Gegensatz zum Konsumverhalten setzt.	Am Ende der Challenge entstehen konkrete Produkte. Moderator:innen unterstützen die Jugendlichen darin, konkrete Ergebnisse zu erreichen.	



Dimension 2: Customer Segments and Relationship



Qualitätsbereich 5: Know-how über die Kund:innen

Q5

Qualitätskriterien

1. Deep Understanding für die Kund:innensegmente (Ausbildner:innen in Unternehmen, Jugendliche in den definierten Segmenten, Lehrer:innen, Eltern)
2. Prozesse definieren, die sicherstellen, dass das entwickelte Know-how in das Angebot implementiert wird.



Q5

Nachhaltigkeitscheck: Know-how über die Kund:innen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Verständnis der Zugänge von unterschiedlichen Kund:innensegmenten zum Thema Nachhaltigkeit entwickeln.	Analysen in das Marketingkonzept integrieren, Feedbackmöglichkeiten auf der digitalen Garage schaffen, gegebenenfalls eigene Analysen durchführen.	
	Anschlussmöglichkeiten an die Kund:innensegmente in Bezug auf Nachhaltigkeit definieren.	Kommunikationsstrategien entwickeln, die an den Bildern und Nutzenerwartungen der Kund:innen in diesem Bereich anschließen können. Diese in konkrete Maßnahmen im Marketing umsetzen.	
	Motive und Nutzenerwartungen der Kund:innensegmente im Bereich Nachhaltigkeit erkennen und die Maßnahmen/Angebote in Annas Garage darauf ausrichten.	Kooperatives Weiterentwickeln der Angebote in Annas Garage.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Know-how über die Kund:innen entwickeln und in die Prozesse implementieren	Aspekte der Nachhaltigkeit in kund:innenbezogene Analysen integrieren. Schnittstellen und Andockmöglichkeiten nutzen.	



Qualitätsbereich 6: Kommunikation zwischen Annas Garage und Kund:innen

Q6

Qualitätskriterien

1. Vertrauensvolle persönliche Kommunikation
2. Möglichkeiten zur Partizipation geben – Co-creation
3. Eine Community wird etabliert, die für die Kund:innen große Attraktivität hat.
4. Attraktive Langzeitkund:innen als Kommunikationspartner:innen gewinnen
5. Interne Veranstaltungen und Kommunikationsangebote

Kommentar

Kund:innen von Annas Garage

- lehrlingsausbildende Unternehmen
- Schüler:innen im 9. Schuljahr,
(potenzielle) Schulabbrecher:innen,
Maturant:innen,
Student:innen der ersten Semester
- Pädagog:innen und Eltern
- Städte und Regionen



Q6

Nachhaltigkeitscheck: Kommunikation mit Kund:innen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage informiert und sensibilisiert Kund:innen für Themen der nachhaltigen Entwicklung in Annas Garage.	Themen der nachhaltigen Entwicklung in die Content Pläne für Blogs, Newsletter, Online-Veranstaltungen integrieren.	
	Ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Mindset wird bei Mitarbeiter:innen und Moderator:innen entwickelt.	Mitarbeiter:innen, Moderator:innen und Trainer:innen verfügen durch Weiterbildungen über Know-how zum Kernthema, wie und warum nachhaltige Systeme funktionieren.	
	Veranstaltungen und Workshops zum Thema Nachhaltigkeit in die Impulsformate integrieren.	Impulsformate und Workshops werden entsprechend erweitert und aktuell gehalten.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Kund:innenansprüche und -know-how in Bezug auf Nachhaltigkeit in die Weiterentwicklung von Annas Garage integrieren.	Kooperative Weiterentwicklung des Angebotes.	
	Pool an nachhaltig orientierten Langzeitkund:innen aufbauen.	Marketingstrategie auf Kund:innenbindung ausrichten	
	Nachhaltigkeit wird als wichtiger Anspruch und als Identifikationsangebot der Community um Annas Garage aufgebaut.	Intensives Kommunizieren mit der Community über Blog und Social Media. Entwickeln einer entsprechenden Erzählung.	



Qualitätsbereich 7: Gemeinsame Kommunikation mit Partner:innen nach außen

Q7

Qualitätskriterien

1. Annas Garage bietet Kund:innen und Partner:innen die Möglichkeit, sich zu positionieren (in der Öffentlichkeitsarbeit, in der Kommunikation, auf Social Media und auf der digitalen Garage)
2. Die Kommunikation über Social Media und auch die analoge Kommunikation stellt win-win Situationen der beteiligten Partner:innen in Annas Garage her.
3. Content Marketing wird strategisch eingesetzt, um die unterschiedlichen Partner:innen und Kund:innen regelmäßig zu positionieren mit dem Ziel, eine starke Community Annas Garage aufzubauen.
4. Kommunikation findet auch über die Kanäle der Kund:innen und Partner:innen statt.



Q7

Nachhaltigkeitscheck: Gemeinsame Kommunikation nach außen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Unternehmen von Annas Garage präsentieren ihre ökologisch ausgerichteten Initiativen und Leistungen	Im Setup anstoßen, was man präsentieren könnte. Checkliste erstellen und als Impuls verwenden.	
	Content Marketing wird strategisch eingesetzt, um die unterschiedlichen Partner:innen und Kund:innen regelmäßig zu positionieren, speziell zum Thema nachhaltige Technik	Content Marketing Strategie gleichstellungsorientiert und nachhaltig gestalten.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Kommunikation über Social Media und auch die analoge Kommunikation stellt win-win Situationen der beteiligten Partner:innen in Annas Garage her. (z.B. Unternehmen und Regionen, Unternehmen und Schulen)	Kooperative Kommunikation, Kommunikationsplan so gestalten, dass die Partner:innen ausreichend Fläche bekommen.	



Dimension 3: Channels

Qualitätsbereich 8: Gelingende Information der Kund:innen**Q8****Qualitätskriterien**

1. Kanäle benutzen, die den Kund:innen vertraut sind
2. Mit Role Models und weiteren Identifikationsangeboten arbeiten
3. Website/Plattform kund:innenorientiert gestalten
4. Kommunikation über Netzwerkpartner:innen sicherstellen, damit die Information auch über diese Partner:innen zu den Kund:innen gelangt
5. Empfehlungsmarketing anstoßen



Q8

Nachhaltigkeitscheck: Gelingende Information der Kund:innen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage achtet bei der Arbeit mit Role Models auf deren Mindset in Bezug auf Nachhaltigkeit.	Briefingkonzept für Role Models entwickeln.	
	Auf der Website und der digitalen Garage werden Beiträge zum Thema Nachhaltigkeit leicht auffindbar positioniert.	Abstimmung mit dem Webdesign	
	Die digitale Garage bietet Informationen zum Thema Technik und Nachhaltigkeit an. Dazu zählen auch Beratungsangebote im Bereich Nachhaltigkeit.	Entsprechende Inhalte generieren.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Im Empfehlungsmarketing wird der Fokus speziell auf Netzwerkpartner:innen gelegt, die bereits über Strategien und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit verfügen.	Checkliste verwenden, um die geeigneten Partner:innen zu finden.	
	Die online-Praktikumsbörse ermöglicht Kommentare zur nachhaltigen Ausrichtung der anbietenden Unternehmen.	Kommunikationsmöglichkeit anbieten und moderieren.	
	In den Online-Talks wird Nachhaltigkeit thematisiert.	Entsprechende aktuelle Themen und Gesprächspartner:innen einladen.	



Dimension 4: Key Activities

Qualitätsbereich 9: Umsetzung der Angebote**Q9****Qualitätskriterien**

1. Ansprechender Raum: Popup-Garage
2. Transparenter Ablauf
3. In die partizipative Weiterentwicklung von Annas Garage werden junge Menschen, Kund:innen und Partner:innen einbezogen
4. Challenges und Camps werden von Annas Garage und ausgebildeten Moderator:innen angeleitet.
5. Die Fragestellung für die Challenges/Camps wird vom Setup Team entwickelt und folgt den Empfehlungen für Design Thinking Fragestellungen.
6. Impulsformate, Workshops, Beratungsangebote werden von Annas Garage und/oder Expert:innen durchgeführt, die im Vorfeld auf ihr Commitment zur Vision von Annas Garage überprüft wurden.
7. Von Annas Garage ausgebildete oder überprüfte Moderator:innen und Anbieter:innen werden als Partner:innen (z.B. in den Impulsformaten) beauftragt.
8. Das Workbook „Annas Garage“ wird als methodische Basis der Arbeit in Annas Garage herangezogen und ermöglicht den jungen Menschen die Transformation ihrer Erfahrungen in Annas Garage für zukünftige Entscheidungsprozesse.



Kommentar

Angebote in Annas Garage

Annas Garage Prototyping

- Challenges: Prototyping, 2 Tage
- Camps: Prototyping, 5 Tage

Employer Branding mit Annas Garage

- Impulsformate zur Positionierung des Unternehmens (Kommunikation nach außen, für Schüler:innen, Eltern, Schulen)
- Workshops im Unternehmen zu Themen von Annas Garage (Weiterentwicklung des Employer Brandings)



Trainings

- Training von Lehrlingen im Unternehmen und von Ausbildner:innen
- Training für Unternehmen zur eigenständigen Umsetzung von Annas Garage

PR und Kommunikation

- Digitale Garage
- Medienpaket

Transparenter Ablauf

Entscheidet sich eine Region, ein Unternehmen oder ein regionales Unternehmensnetzwerk, Annas Garage umzusetzen, dann folgt Annas Garage den unten angeführten fünf Schritten:



Vorbereitende Gespräche mit Unternehmen und Schulen, Auswahl interessierter Schüler:innen (Vorbereitung).

- In einem **Start-Workshop** werden Präsentation von Annas Garage für Unternehmen und Schulen, Herstellen eines gemeinsamen Bildes, was Annas Garage ist und was nicht. Die Wünsche und Ziele der Stakeholder werden formuliert und der Rahmen der Umsetzung von Annas Garage wird skizziert. Die Möglichkeiten und Zielsetzungen von Annas Garage werden ausgelotet.



- **Setup-Meeting:** Erstes Arbeitstreffen. Das Setup-Team (Vertreter:innen der Unternehmen und der beteiligten Schulen, Expert:innen von Annas Garage und gegebenenfalls regionale Akteur:innen) konstituiert sich. Es wird geklärt, ob Lehrer:innen und Eltern ausreichend Informationen haben, ob sie zu einzelnen Themen Beratung oder Workshops brauchen. Dieses Setup-Team stimmt als Entwicklungsgremium gemeinsam mit Annas Garage die Details im Rahmen eines **Setup-Prozesses** ab (Schulen, Unternehmen, Challenges, Impulsformate, Bewerbung etc.).
 - Fragestellung als Ausgangspunkt für die Challenge/das Camp wird entwickelt (von den Unternehmen, moderiert von Annas Garage).
 - Infrastruktur wird geklärt: In welchen Räumen wird Annas Garage aufgebaut? Welche Werkzeuge und Materialien werden bereitgestellt (abgestimmt auf die Richtung, in die die Fragestellung geht.) Gegebenenfalls werden mehrere Unternehmen koordiniert.
 - Es wird ein Szenario entwickelt, welche Materialien und Werkzeuge die Schüler:innen für das Prototyping benötigen (ggf. auch Module wie E-Motoren). Die Unternehmen klären, welche Materialien und Werkzeuge sie für das Prototyping einbringen können.
 - Schüler:innen werden ausgewählt (2 Aufgaben: **Aufgabe 1: Prototyping** entlang von Design Thinking, **Aufgabe 2: Dokumentation für die digitale Garage:** Fotos, Filme, etc.) und vorbereitet. Die Auswahl der Schüler:innen erfolgt in einem gemeinsamen Prozess von Annas Garage und Lehrer:innen bzw. der Direktion der beteiligten Schulen.
- Es erfolgt der Start von Annas Garage in Form einer **Kickoff-Veranstaltung**.
Die Kickoff-Veranstaltung ist ein kleines, internes Meeting aller beteiligten Gruppen (Unternehmen, Lehrer:innen, Schüler:innen). Ziel ist das Sicherstellen eines gemeinsamen Verständnisses des Angebotes und des Ablaufs von Annas Garage sowie die Präsentation der Fragestellung (Dauer ca.- 1 Stunde).
- In weiterer Folge werden **Challenges und Camps** umgesetzt. Moderiert von Annas Garage und Guides wird der Prototypingprozess (Methode: Design Thinking) mit mehreren Teams von Schüler:innen umgesetzt. Eine eigene Schüler:innengruppe dokumentiert und porträtiert die beteiligten Unternehmen (Reporter:innen)
- Die Ergebnisse werden in Form einer **Abschluss-Veranstaltung** Interessierten und der Öffentlichkeit präsentiert. Je nach im Setup getroffener Vereinbarung werden die entwickelten Prototypen präsentiert (vor Mitarbeiter:innen der beteiligten Unternehmen, Schulen, Eltern, ...) Die Dokumentation wird auf Annas digitaler Garage veröffentlicht.

Challenges

Ein zentrales inhaltliches Element von Annas Garage bilden Challenges. Annas Garage setzt darauf, dass junge Menschen bei der Lösung einer herausfordernden Aufgabenstellung gemeinsam ins Tun kommen, kreative Arbeitsweisen anwenden, Werkzeuge und Materialien einsetzen, und in Bezug auf Ressourcen auf Nachhaltigkeit achten und damit wichtige persönliche Erkenntnisprozesse angestoßen werden. Annas Garage bezeichnet solche Aufgabenstellungen als Challenges, die in der



Praxis folgend ablaufen: Stakeholder (Unternehmen, regionale Partner:innen) formulieren zunächst eine herausfordernde und bewältigbare Aufgabenstellung. Diese wird dann von kleinen Teams von Jugendlichen / Schüler:innen in einem Design Thinking Prozess bearbeitet. Dabei durchlaufen sie den Planungs- und Entwicklungsprozess und setzen ihre Ideen in Form eines physischen Prototyps um. Dieser Prototyp wird mit Materialien und Werkzeugen im Makerspace unter Aspekten der Nachhaltigkeit (Materialien, Ressourceneinsatz, Nutzung des Prototyps, etc.) gebaut. Als Ergebnis entsteht ein angreifbares „Produkt“, ein Prototyp, der im Unternehmen oder darüber hinaus präsentiert wird.

Die jungen Menschen werden von Guides und/oder von Mitarbeiter:innen der Unternehmen (z. B. Lehrlinge) durch diesen Prozess begleitet, der Prozess selbst wird von Annas Garage moderiert. Dieser Prozess ermöglicht es Unternehmen und den jungen Menschen selbst, folgende Bereiche zu beobachten, zu reflektieren und Feedback zu geben/zu erhalten:

- Analysefähigkeit
- Prozess-Kompetenz: Von der Aufgabenstellung zur Lösung
- Planungs- und Entwicklungskompetenz
- Problemlösungskompetenz
- Kreativität in der Ideenentwicklung
- Soziale Kompetenz und Arbeit im Team
- Handwerkliche Fähigkeiten
- Begeisterungspotenziale

Beispiele von Challenges:

- Beispiel-Aufgabe: Entwicklung eines Modells für einen Müllroboter für Parkanlagen
- Green Challenges
- Challenges zur Akquisition von Lehrlingen durch regionale Unternehmensnetzwerke
- Challenges im Bereich Onboarding von Lehrlingen
- Annas Challenges zur Neuorientierung von Studierenden

Camps

Als intensivere Variante können Challenges in Form von Camps umgesetzt werden. Camps dauern mindestens fünf Tage, sie unterscheiden sich von Challenges in der Dauer und dem verstärkten Einsatz von Begleitangeboten für Eltern, Lehrer*innen und firmenexternen Personen .

Camps sind eine ideale Möglichkeit, um die Themen der Ausbildungs- und Berufswahl z. B. im Rahmen einer Schwerpunktwoche in einem Unternehmen / Unternehmensnetzwerk oder im Rahmen einer Sommerwoche regional zu bearbeiten.

Beispiele für Camps:

- Summer Camps für Unternehmen und Jugendliche in Gemeinden / Regionen
- Berufscamp für regionale Unternehmensnetzwerke und Schulen
- Summer Camps etwa für Schüler:innen vor der Matura zur Unterstützung der Ausbildungswahl



- Camps zur Akquisition von Lehrlingen durch regionale Unternehmensnetzwerke

Camps werden eher im Sommer umgesetzt, Challenges eher während des Schuljahres. Wenn Schulen größere Projekte planen (z.B. die Realisierung eines Musicals, wie etwa das BORG Kindberg), kann ein Camp auch in diesem Kontext umgesetzt werden.

Workshops und Beratung (erweiterbar)

- Perspektivenwechsel: Wie sehen Schüler:innen Ihr Unternehmen?
- Junge Menschen verstehen: Was bewegt junge Menschen und was bedeutet das für die Kommunikation Ihres Unternehmens mit Jugendlichen?
- Challenges selbst moderieren: Wie Ihr Unternehmen Prototyping in der Arbeit mit (zukünftigen) Lehrlingen nutzen kann.
- Total Motivation und Flow: Wie Ihr Unternehmen für Begeisterung und Motivation sorgt.
- EQ-Leadership: Wie gleichstellungsorientiert ist Ihr Unternehmen?
- Touchpoints bewusst nutzen: Wie Ihr Unternehmen Potenziale gewinnt und behält.
- Show that we care: Wie Ihr Unternehmen Schüler:innen zeigt, dass Ihnen die Zukunft wichtig ist und welche Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit getroffen werden.

Impulsformate

Annas Garage hat 30 Impulsformate für Unternehmen, Eltern und junge Menschen entwickelt. Im Rahmen der Setup-Phase einigt sich das Setup-Team, was davon angeboten werden soll (Formate, Umfang, Häufigkeit), um das Unternehmen oder die Region sichtbar zu machen, besondere Personen und deren Karrieren zu zeigen und Multiplikator:innen bzw. Role-Models zu präsentieren.

Damit entsteht eine lokale Annas Community. Das sind Unternehmen, Freund:innen, Eltern, Lehrer:innen, Mentor:innen, Role Models und alle, auf die Schüler:innen/Jugendliche in ihrem Lern- und Erkenntnisprozess zurückgreifen können. Diese Community kann auch über die Aktionszeit von Annas Garage bestehen bleiben. Annas Garage schafft Räume und Gelegenheiten, in denen sich all diese Menschen treffen und austauschen können.

Auch für die Jugendlichen vor Ort gibt es ein Begleitprogramm zu den Challenges und/oder Camps: Während Annas Garage vor Ort ist, kann man jene Angebote in Anspruch nehmen, die vom Setup-Team ausgewählt wurden. Das Angebot wird permanent überarbeitet und erweitert. Auch dazu werden Informationen bereitgestellt.

Beispiele für Impulsformate. Eine Übersicht über mögliche Formate befindet sich auf <https://annasgarage.at/bausteine/>

- Girls' Talk
- Repair and Care
- Escape Room
- Skills Assessment
- Prototyping für Pädagog:innen
- und viele mehr



Workbook

Ein zentrales Element von Annas Garage bildet das Workbook „Annas Garage“ und das darauf aufbauende, begleitende Coaching- und Workshop-Angebot für junge Menschen. Das Buch versteht sich als persönliches Arbeits- und Reflexionsbuch und lädt zum Nachdenken über die eigenen Potentiale, Ziele, Absichten und Möglichkeiten ein. Das Workbook wird im Rahmen von Annas Garage als Begleit- und Coaching-Tool genutzt. Als Tool, das weit über die Camps und Challenges in Annas Garage hinaus wirksam ist, stellt das Workbook ein zentrales Element für die nachhaltige Wirkung von Annas Garage dar.

Der Aufbau des Buches folgt einem Erkenntnis-Prozess, der sich Positiver Psychologie, an Ansätzen wie der Theorie U von Otto Scharmer oder dem Design Thinking-Prozess orientiert. Das Workbook versteht sich als Erkundungstour und Lernreise in die eigene Zukunft und ins Innere der eigenen Persönlichkeit und folgt drei Entwicklungs-Schritten:

- Erfahren: Ich und meine Erfahrungen, Menschen, Gesellschaft, Trends
- Erkennen: meine Potentiale, Begeisterung spüren, das eigene Zukunftsbild erkennen
- Tun: erste Schritte umsetzen

Das Workbook als Tool der Transformation

Feedback und Reflexion sind wesentliche Faktoren, wenn es um die Frage geht, was junge Menschen aus Annas Garage mitnehmen können. Der Anspruch ist ja nicht nur, für ein emotionales und begeisterndes Erleben in Annas Garage zu sorgen, sondern Schüler:innen sollen durch Annas Garage Ansätze einer Kompetenz entwickeln, die ihnen hilft, sich selbst besser kennenzulernen, besser einzuschätzen und dadurch auch in zukünftigen Entscheidungsprozessen in Bezug auf Ausbildung und Beruf selbstständig handeln zu können.

Ein Tool zur Unterstützung dieses Transformationsprozesses ist das Workbook in digitaler und analoger Ausführung. Es bietet neben Stories von Role-Models und Informationen vor allem strukturierte Möglichkeiten – etwa in Form von Canvassing – die in Annas Garage gewonnenen Erkenntnisse zu sichern und für weitere Schritte nutzbar zu machen.

Zur Transformation gehört auch die Reflexion über die Themen Nachhaltigkeit und Gleichstellung, die in Annas Garage in unterschiedlichen Formaten ermöglicht wird. Gender Kompetenz nicht nur zu entwickeln, sondern auch benennen zu können wird als notwendiger Teil der Transformation betrachtet.

Eine Transformation soll auch auf der regionalen Ebene ermöglicht werden. Auch hier ist von der Frage auszugehen „Was ist nach Annas Garage anders als vorher?“ Die Frage könnte auch in der Form gestellt werden: „Was sehen wir jetzt, was wir vorher nicht gesehen haben?“ Annas Garage versteht sich auch als regionaler Lern- oder Entwicklungsimpuls. Dies wird unter anderem durch eine starke regionale Anbindung sichergestellt, die ihrerseits wieder zur nachhaltigen Verankerung der Ergebnisse beiträgt.



Q9

Nachhaltigkeitscheck: Umsetzung der Angebote

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar.		
	Die Popup-Garage im Unternehmen ist so weit wie möglich nach ökologischen Gesichtspunkten ausgestattet.	Checkliste Aspekte Nachhaltigkeit in der Popup-Garage	
	Bei der Umsetzung von Annas Garage in Containern wird ökologische Verträglichkeit sichergestellt	Checkliste ökologische Ausrichtung der Container Entwickeln und projektieren innovativer Containerlösungen (klimaneutral, autark, nachwachsende Rohstoffe). Kooperationen mit Anbietern wie https://wohnwagon.at/der-wohnwagon/	
	Die Fragestellung als Ausgangspunkt der Challenges beinhaltet einen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere auf den ökologischen Aspekt.	Das Setup-Team formuliert eine ökologisch relevante Fragestellung für das Prototyping. Dabei begleiten sie die Moderator:innen von Annas Garage, die aus der Analyse der bestehenden Herausforderungen relevante Fragestellungen ableiten kann. Checkliste Fragestellung	
	Die Veranstaltungen im Rahmen von Annas Garage werden klimaneutral und nachhaltig gestaltet und umgesetzt.	Checkliste Veranstaltungen Kooperation mit Expert:innenorganisationen (z.B. Climatepartner oder Pro-Sustain) konkretisieren.	
	In regionalen Camps werden Fragestellungen entwickelt, die eine Relevanz für das Thema Nachhaltigkeit auf regionaler Ebene haben.	Beschreiben eines Verfahrens, das ausgehend von einer regionalen Analyse zu relevanten Fragestellungen für die Camps führt.	
	Implementieren des Themas Nachhaltigkeit in die kooperative Weiterentwicklung der Angebote von Annas Garage:	Die Impulsformate und die Workshops im Rahmen von Annas Garage beschäftigen sich zum Teil inhaltlich mit Nachhaltigkeit, zum Teil wird der Aspekt der Nachhaltigkeit als Querschnittsthema in bestehende Angebote integriert.	



	Annas Garage entwickelt Impulsformate für Eltern, die die Relevanz der Nachhaltigkeit in der Berufswahl ihrer Kinder thematisieren.	Entwickeln von entsprechenden Impulsformaten abgeleitet vom Erkenntnisinteresse der Eltern und dem Know-how von Zukunftsforscher:innen.	
	Lehrer:innen können auf Angebote im Bereich Gleichstellungsorientierung und Nachhaltigkeit zugreifen.	Online-Katalog	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage stellt in der Umsetzung und Weiterentwicklung von Annas Garage Transparenz und Partizipation sicher.	Kommunikationskonzept mit den Kooperationspartner:innen wird erstellt.	
	In der Setup-Phase wird großer Wert auf das Herstellen eines gemeinsamen Bildes und die Einigung auf gemeinsame Zielsetzungen, auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit, gelegt.	Moderator:innen werden entsprechend vorbereitet und gebrieft.	
	Die Teilnehmer:innen am Setup-Meeting werden so ausgewählt, dass möglichst viel an Know-how im Bereich Nachhaltigkeit zur Verfügung steht.	Vorbereitende Gespräche mit den regionalen Kontaktpersonen.	
	Unternehmen werden Tools zur Erhebung ihrer Gleichstellungsorientierung zur Verfügung gestellt.	Toolbox Gleichstellung	
	Unternehmen werden dabei unterstützt, die Touchpoints in ihrer Employee Journey gleichstellungsorientiert zu gestalten und sich damit im Employer Branding zukunftsorientiert zu präsentieren.	Tool Gleichstellung in der Employee Journey	
	Nachhaltigkeit wird in Annas Community regelmäßig thematisiert.	Das Thema wird in das Content Management integriert.	
	Das Workbook und das damit verbundene Coaching Angebot für junge Menschen wird von Moderator:innen mit Nachhaltigkeits Know-how verwendet.	Moderator:innen werden entsprechend trainiert.	
	Der im Prototyping verwendete Prozess (Design Thinking) ermöglicht das Entwickeln von nachhaltigen Lösungen im Prototyping.	Das Moderieren von Design Thinking Prozessen ist Teil der Weiterbildung.	
	Die Anbindung von Annas Garage an regionale Themen, Schwerpunkte und Entwicklungen ist eine Voraussetzung für die nachhaltige Wirkung der Ergebnisse.	Regionale Analysen werden verwendet oder gegebenenfalls durchgeführt.	



Qualitätsbereich 10: RegioProjekt

Q10

Qualitätskriterien

1. RegioProjekte im Ausmaß von 3 Monaten werden von einer Stadt allein oder in einer Kooperation mehrerer Städte unter Einbeziehung der relevanten Stakeholder realisiert.
2. Annas Garage als Container ist ein mobiles Angebot im Rahmen eines Regioprojektes. Der Container wird von Jugendlichen gestaltet und steht als erworbenes oder gemietetes Objekt zur Verfügung.
3. Die mobile Lösung wird auf Umweltverträglichkeit geprüft.
4. Annas Garage als fixe Einrichtung wird von einer Region/Stadt betrieben.



Q10

Nachhaltigkeitscheck: RegioProjekt

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die Containerlösung wird mit Jugendlichen im Rahmen einer Challenge entwickelt. Die Nachnutzung gesamt bzw. einzelner Komponenten des Containers ist Teil der Fragestellung	Ökologisch relevante Fragestellung gemeinsam mit den Stakeholder:innen entwickeln und diese gleichzeitig für das Thema Nachhaltigkeit gewinnen.	
	Die Gestaltung des Containers wird von Nachhaltigkeitsexpert:innen begleitet.	Beauftragung von Expert:innenorganisationen, die im besten Fall Teil der Community von Annas Garage werden sollen.	
	Annas Garage macht die Vielfalt der Technik erlebbar. Diese Vielfalt wird mit ökologischen Themen in Verbindung gebracht.	Training der Moderator:innen	
	Bei der Umsetzung als fixes Angebot wird für Annas Garage ein regional abgestimmtes Nachhaltigkeitskonzept entwickelt.	Regionale Analyse, Konzeptentwicklung mit regionalen Stakeholder:innen	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage wird nur in Regionen/Städten umgesetzt, die sich mit Strategien und Maßnahmen zur Nachhaltigkeit verpflichtet haben.	Integration dieser Botschaft ins Marketing, Checkliste Nachhaltigkeit in Regionen/Städten	
	In Annas Garage (Regio Projekt) können Jugendliche ihre eigenen Projekte umsetzen. Annas Garage bietet ihnen in diesem Zusammenhang Beratung zu Aspekten der Nachhaltigkeit an.	Training der Moderator:innen und Expert:innen in Annas Garage	
	Als Regio Projekt, das in mehreren Städten einer Region Station macht, unterstützt Annas Garage regionale Ansätze, eine nachhaltige Region zu gestalten.	Entwicklung eines Supportangebotes zur Nachhaltigkeit in der Community.	



Qualitätsbereich 11: Trainings und Workshops

Q11

Qualitätskriterien

1. Training von Lehrlingen, Ausbilder:innen und weiteren Interessierten als Moderator:innen wird von Expert:innen in Annas Garage angeboten.
2. Workshops für Unternehmen werden kund:innenorientiert gestaltet und auf das jeweilige Unternehmen abgestimmt
3. Die Referent:innen für die Trainings und Workshops werden von Expert:innen aus Annas Garage ausgewählt und beauftragt.



Q11

Nachhaltigkeitscheck: Trainings und Workshops

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Trainings und Workshops für Referent:innen und Moderator:innen in Annas Garage zu den Querschnittsthemen Nachhaltigkeit und Gleichstellung werden angeboten.	Entwicklung von Trainingsmodulen zum Thema Nachhaltigkeit und Gleichstellung.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	In den Trainings und Workshops (für Unternehmen, Schulen, Eltern) wird Nachhaltigkeit ebenso wie Gleichstellung als Querschnittsthema installiert.	Prüfung der bestehenden Angebote und Entwicklung von Qualitätsstandards für diese Trainingsangebote mit einem Fokus auf Gleichstellung und Nachhaltigkeit. Checkliste: Nachhaltigkeit in Trainings und Workshops	
	Annas Garage bietet gemeinsam mit Expert:innenorganisationen spezielle Trainings und Workshops für Unternehmen, Schulen und Eltern zum Thema Nachhaltigkeit an.	Beratung für anbietende Expert:innenorganisationen	



Qualitätsbereich 12: Akquisition von jungen Menschen für eine Teilnahme an Annas Garage

Q12

Qualitätskriterien

1. Keine ganzen Klassen, sondern vorausgewählte, begeisterungsfähige junge Menschen
2. Vorauswahl im außerschulischen Jugendbereich gemeinsam mit Jugendorganisationen
3. Gleichstellung im Akquisitionsprozess der jungen Menschen
4. Vorbereitung der Jugendlichen auf die Challenges im Vorfeld
5. Gruppen von 6-8 Jugendlichen pro Design-Team
6. Pro Veranstaltung wird ein Reporter:innen-Team, bestehend aus Schüler:innen nominiert, um Prozess und beteiligte Unternehmen darzustellen bzw. zu präsentieren.



Q12

Nachhaltigkeitscheck: Akquisition von jungen Menschen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	In der Vorauswahl der Jugendlichen wird auf ein grundsätzliches Interesse am Thema Nachhaltigkeit geachtet.	Thematisieren der Ansprüche von Annas Garage in den Vorbereitungsgesprächen mit Lehrer:innen und Jugendarbeiter:innen und dadurch Integration des Themas Nachhaltigkeit in den Auswahlprozess.	
	In der Vorbereitung der jungen Menschen auf die Challenges wird die ökologische Dimension im Prototyping thematisiert.	Jugendliche werden beispielhaft über den Fokus von Annas Garage auf Nachhaltigkeit informiert. Etwa in Bezug auf die Nutzung des finalen Prototyps.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Reporter:innen bekommen in der Vorbereitung und in der Begleitung Unterstützung im Fokussieren auf die Implementierung von Themen der Nachhaltigkeit im Prototyping, in den Unternehmen und in Annas Garage	Die Reporter:innen werden in der Vorbereitung ansatzweise über den Nachhaltigkeitsfokus informiert. Sie werden dabei unterstützt, das Thema Nachhaltigkeit bei der Präsentation der Unternehmen anzusprechen.	



Qualitätsbereich 13: Workbook

Q13

Qualitätskriterien

1. Inhalt und Design jugendgemäß und methodisch aktuell
2. Analog und digital nutzbar
3. Ermöglicht das Erkennen des Begeisterungspotenzials durch Feedback und Selbstreflexion
4. Ermöglicht jungen Menschen die Transformation des Erfahrenen auf weitere Entscheidungsprozesse bezüglich Ausbildungs- und Berufswahl
5. Beinhaltet Tools, Checklisten und Orientierungshilfen
6. Zeigt Vorbilder, Testimonials und Role-Models
7. Entspricht einem zukunftsorientierten Ausbildungs- und Berufswahlprozess



Q13 Nachhaltigkeitscheck: Workbook

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die jugendlichen Nutzer:innen des Workbooks setzen ihre Interessen mit den Gestaltungsmöglichkeiten in einem technischen Beruf und den globalen Herausforderungen in einen nachvollziehbaren Zusammenhang.	Die Inhalte des Workbooks berücksichtigen die zukünftigen globalen Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Gleichstellung und Nachhaltigkeit sind als Querschnittsthemen im Workbook implementiert.	Die Autor:innen des Workbooks erhalten ein Training zu den Themen Nachhaltigkeit und Gleichstellung. Controlling des fertigen Workbooks unter Gleichstellungs- und Nachhaltigkeitsaspekten.	
	Annas Garage arbeitet mit Vorbildern, Testimonials und Role-Models, die ein Commitment für das Thema Nachhaltigkeit glaubwürdig vertreten.	Checkliste: Auswahl externe Angebote Beratungs- und Coachingangebot zu den Themen Nachhaltigkeit und Gleichstellung für externe Anbieter:innen.	



Qualitätsbereich 14: Networking und PR

Q14

Qualitätskriterien

1. Stellt die Partner:innen in den Vordergrund
2. Bietet Formate für die Kommunikation der beteiligten Systeme (Unternehmen, Schulen, Eltern, Regionen)
3. Betreut alle Partner:innen regelmäßig
4. Die Netzwerkpartner:innen werden in die Publikationen, ÖA-Maßnahmen, etc. eingebaut

Kommentar***Kommunikation Schule - Unternehmen***

Kontakte zwischen Unternehmen und Schüler:innen finden vor allem im Kontext von großen Veranstaltungen statt (Girls' Day, Messen, etc.) Bilaterale Beziehungen zwischen Unternehmen und Schulen entstehen unstrukturiert und sind stark abhängig von zufälligen Verbindungen von Lehrer:innen und Eltern zu einzelnen Unternehmen. Durch die unspezifische/allgemeine Kommunikation zwischen Schulen und Unternehmen auf Veranstaltungen und die Reduktion der bilateralen Beziehungen auf das Zufallsprinzip wird eine strukturierte Kommunikation schwierig. Annas Garage unterstützt hier eine strukturierte Kommunikation zwischen einzelnen Schulen und interessierten Unternehmen.

Die befragten Lehrer:innen bestätigen den ungesteuerten Kontakt zwischen Schulen und Unternehmen: Kontakte mit Unternehmen werden ihren Aussagen nach über Wirtschaftslehrer:innen hergestellt, oder Kolleg:innen bringen ihre Kontakte mit. Auch einzelne Eltern stellen Kontakte zu Unternehmen zur Verfügung. Die Information, welche Unternehmenskontakte es gibt, dringen allerdings häufig nicht zu den Kolleg:innen durch.

Befragte Lehrer:innen bedauern das mangelnde Interesse von Unternehmen, die zu Tagen der offenen Tür oder Zertifikatsverleihungen eingeladen werden. Befragte Unternehmen wiederum halten fest, dass es für sie nahezu unmöglich ist, sich in den Oberstufen zu präsentieren. In diesem Zusammenhang wird auch der Wunsch nach konkreten Veranstaltungen für ausbildende Betriebe geäußert.



Bewerbung & Inszenierung

Ein weiteres Element von Annas Garage ist die gemeinsame Inszenierung und gezielte Bewerbung der Aktivitäten und Möglichkeiten. Annas Garage kann in der Region / Gemeinde wie eine Art Festival zum Thema „Ausbildung und Beruf“ inszeniert und kommuniziert werden. Insbesondere Schulen, Unternehmen und Eltern werden dabei als Zielgruppen angesprochen.

- Aufbau regionaler Schul- und Unternehmensnetzwerke
- Start- und Schluss-Event
 - Inszenierung der Challenges bzw. Camps je nach Option (Online, Event-Kalender, Verbindung mit anderen Veranstaltungen und Schwerpunkten, ...)
 - laufende Social-Media und Online-Kommunikation (z. B. über www.annasgarage.at)
 - Sichtbarmachen regionaler Unternehmen und Akteur*innen (Video, Blogs etc.)
 - Insights in Unternehmen durch ein Medienteam junger Menschen
 - Content Marketing u.a. auf Annas Garage (Facebook, Instagram)
 - Medienpartnerschaften

Regionale Unternehmensnetzwerke & Schulnetzwerke

Regionale Unternehmen und Schulen sind in die Entwicklungsgruppe (Setup-Team) vor Ort eingebunden. Sie entwickeln die Fragestellungen der Challenges oder Camps, nehmen an den Challenges als Guides, Multiplikator:innen oder Beobachter:innen teil und einigen sich auf das Programm von Annas Garage.

In der Umsetzungsphase von Annas Garage ist eine (oder mehrere) Gruppe(n) von Jugendlichen in diesem Netzwerk unterwegs, um Videopräsentationen der beteiligten Unternehmen zu erstellen. Ein Ergebnis dieser Lernreisen bilden Kurzvideos aus der Perspektive der (weiblichen und männlichen) Jugendlichen, die dem Netzwerk zur Verfügung stehen und die auf der Plattform „Annas Garage“ online zugänglich gemacht werden.

PR und Öffentlichkeitsarbeit

Präsentation der Partnerunternehmen

Öffnung der Unternehmen: Etwa durch die Produktion von Videos - aus der Perspektive von männlichen, weiblichen und diversen Jugendlichen - und deren Verbreitung digital.

Virtuelle Rundgänge in Unternehmen

- Aufbereitung und Ausgestaltung einer Presseunterlagen und redaktionelle Positionierung in Zielmedien
- Sichtbarmachung des Unternehmens/der Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber anhand von „Annas Garage“
- Redaktionelle Positionierung der abgestimmten Presseunterlagen



Q14 Nachhaltigkeitscheck: Networking, PR

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage arbeitet mit Partner:innen, Kund:innen und Co-Entwickler:innen, die ihr Commitment zum Thema Nachhaltigkeit klar zum Ausdruck bringen. Dieses gemeinsame Querschnittsthema bildet auch eine zentrale Erzählung in der gemeinsamen PR und Öffentlichkeitsarbeit.	Regionale Schul- und Unternehmensnetzwerke formulieren Ziele und Maßnahmen, die das Thema Nachhaltigkeit beinhalten oder als direktes Ziel beschreiben.	
	In den virtuellen Rundgängen durch die Partnerunternehmen können die Unternehmen ihre Maßnahmen im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit zeigen und sich damit als attraktiver Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb für junge Menschen präsentieren.	Individuelles Beratungsangebot für Unternehmen, welche ihrer Maßnahmen im Rahmen von Annas Garage nach außen kommuniziert werden können/sollten.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Nachhaltigkeitsexpert:innen werden in die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit als Partner:innen integriert.	Aufbau eines Expert:innennetzwerks	
	Annas Garage vernetzt Unternehmen und Schulen, für die die Themen Berufsorientierung, Gleichstellung und Nachhaltigkeit Themen darstellen, die mit Commitment verfolgt werden. Dieses Commitment ist gemeinsame Botschaft in der Öffentlichkeitsarbeit.	Regionale Schul- und Unternehmensnetzwerke formulieren Ziele und Maßnahmen, die die Themen Berufsorientierung, Gleichstellung und Nachhaltigkeit beinhalten oder als direktes Ziel beschreiben.	
	Die gemeinsame Inszenierung von Annas Garage mit den Kund:innen und Partner:innen transportiert das Thema Nachhaltigkeit als gemeinsame Botschaft.	Abstimmung mit den Kund:innen und Partner:innen in Gesprächen und Meetings	



Dimension 5: Key Partners



Qualitätsbereich 15: Unternehmen

Q15

Qualitätskriterien

1. Annas Garage spricht Kund:innen/gleichzeitig Partner:innen in der Weiterentwicklung an mit Zukunftsorientierung, die sich in den Mindsets und Prozessen des Unternehmens zeigt
2. Die Partner:innen von Annas Garage haben einen professionellen Zugang zum Thema Gleichstellung
3. Die Partner:innen haben nachhaltiges Denken und Maßnahmen zum Klimaschutz in ihren Organisationen implementiert.
4. Die Partner:innen zeigen eine Begeisterung für die Arbeit mit Jugendlichen.



Q15 Nachhaltigkeitscheck: Unternehmen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG bietet Unternehmen (Lehrlingsausbilder:innen, HR) Workshops zum Thema Nachhaltige Berufsorientierung an.	Information der Unternehmen über dieses Workshopangebot	
	Annas Garage bindet Unternehmen in Nachhaltigkeitsaktivitäten im Rahmen von Annas Garage ein.	Übereinkommen im Rahmen der Setups	
	Annas Garage verpflichtet teilnehmende Unternehmen und Regionen, nachhaltige Mindeststandards bei der Umsetzung von Annas Garage einzuhalten.	Teil des Vertrags zwischen Unternehmen und Regionen einerseits und Annas Garage andererseits.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage bietet seine Leistungen nur Unternehmen an, die sich zur Einhaltung von Mindeststandards in den Bereichen Nachhaltigkeit und Gleichstellung verpflichten.	Teil des Vertrags zwischen Unternehmen und Regionen einerseits und Annas Garage andererseits.	
	Die Unternehmenspartner:innen von Annas Garage verfolgen einen professionellen Zugang zu den Themen Gleichstellung und Nachhaltigkeit.	Checkliste: Gleichstellung und Nachhaltigkeit in Unternehmen	
	Die Begeisterung der Partnerunternehmen für die Arbeit mit jungen Menschen ist ein Beitrag zur Nachhaltigkeit.		



**Qualitätsbereich 16: Lehrer:innen, Direktor:innen, SQM,
Bildungsdirektion, PH, Universitäten**

Q16

Qualitätskriterien

1. Offenheit für Ausbildungs- und Berufsorientierung, die nicht nur auf konkrete Ergebnisse ausgerichtet ist
2. Bereitschaft, sich mit dem Diskursbruch von der Industrie zur digitalisierten Wissensgesellschaft auseinanderzusetzen
3. Kooperation bei der Akquisition von geeigneten Schüler:innen für die Teilnahme an den Angeboten von Annas Garage
4. Bereitschaft zur Nutzung kreativer Wege im Interesse der Schüler:innen



Q16

Nachhaltigkeitscheck: Lehrer:innen, Direktor:innen, SQM, Bildungsdirektion, PH, Universitäten

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG bietet Akteur:innen des Bildungssystems Trainings zum Thema Nachhaltige Berufsorientierung an.	Entwicklung der Trainings und Bewerbung	
	AG kooperiert mit Einrichtungen des Bildungssystems im Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung.	Arbeitsübereinkommen mit Einrichtungen des Bildungssystems (PH, Universität, Schulen, EB)	
	Annas Garage nutzt Wissenschafts-Praxis- Kooperationen zur Weiterentwicklung der Bildung für nachhaltige Entwicklung in Annas Garage.	Umsetzen gemeinsamer Projekte	
	Annas Garage bindet Akteur:innen des Bildungssystems in Nachhaltigkeitsaktivitäten im Rahmen von Annas Garage ein.	Gemeinsame Entwicklung dieser Aktivitäten und gemeinsame Kommunikation nach außen	
	Annas Garage bindet Partnerschulen in die Entwicklung von nachhaltigen Fragestellungen für das Prototypen ein.	Integration von Partnerschulen in das Setup	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Systemisches Denken außerhalb der abgeschlossenen Silos (vgl. Scharmer) integriert die Themen Nachhaltigkeit, Gleichstellung und Berufsorientierung.	Kooperationen mit Einrichtungen des Bildungssystems	
	Annas Garage lädt Partner:innen aus dem Bildungssystem ein, den Diskursbruch von der Industriegesellschaft zur digitalisierten Wissensgesellschaft zu reflektieren und die Folgen für die Ausbildungs- und Berufswahl junger Menschen in die Bildungsprozesse zu integrieren.	Gemeinsame Workshops, Veranstaltungen, Konferenzen	



Qualitätsbereich 17: Expert:innen für Moderation, Training und Weiterentwicklung

Q17

Qualitätskriterien

Die Expert:innen werden als Moderator:innen in den Prozessen von Annas Garage im Kontakt von Jugendlichen und Unternehmen eingesetzt. Sie weisen Kompetenzen in folgenden Bereichen nach:

- Methodik Making
- Wissen über Gleichstellung
- Prozessmoderation Prototyping / Design Thinking
- Wissen über Nachhaltigkeit und Technik
- Orientierung, Arbeiten mit dem Workbook
- Motivation und Begeisterung



Q17

Nachhaltigkeitscheck: Expert:innen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG verpflichtet Expert:innen, die in und mit Annas Garage arbeiten zu Trainings zum Thema Nachhaltigkeit und bietet entsprechende Trainings auch an.	Entwickeln und Umsetzen der Trainings	
	Moderator:innen in Annas Garage sind mit den 5 Parametern zum Funktionieren von nachhaltigen Systemen (pro sustain) vertraut.	Input im Rahmen der Trainings	
	Moderator:innen verfügen über grundlegendes Wissen zum Thema Nachhaltigkeit und Technik.	Abklärung vor Beauftragung	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Moderator:innen sind mit den wichtigsten Themen im Bereich Gleichstellung vertraut, insbesondere mit den Themen Beobachtung und Interpretation, Feedback, gleichstellungsorientierte apprentice journey.	Input im Rahmen der Trainings	
	Moderator:innen sind mit Orientierungskonzepten vertraut, die über ein industrielles lineares Verständnis hinausgehen in Richtung der digitalisierten Wissensgesellschaft.	Input im Rahmen der Trainings	
	Moderator:innen sind in der Lage, Motivation und Begeisterung bei jungen Menschen für Themen der nachhaltigen Gestaltung der Zukunft zu wecken.	Support- und Coachingangebot durch Annas Garage	



Qualitätsbereich 18: Gemeinden

Q18

Qualitätskriterien

1. Annas Garage spricht Gemeinden als Partner:innen in der Weiterentwicklung an mit Zukunftsorientierung, die sich in den Mindsets und Prozessen der Gemeinde zeigt
2. Die Partner:innen von Annas Garage haben einen professionellen Zugang zum Thema Gleichstellung
3. Die Partner:innen haben nachhaltiges Denken und Maßnahmen zum Klimaschutz in ihren Gemeinden implementiert.
4. Die Partner:innen zeigen eine Begeisterung für die Arbeit mit Jugendlichen.
5. Die Partnergemeinden von Annas Garage zeigen ihre Netzwerksfähigkeit.



Q18

Nachhaltigkeitscheck: Gemeinden

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG bietet Gemeinden Workshops zum Thema Nachhaltigkeit in der Orientierung Jugendlicher an.	Entwicklung und Bewerbung der Workshops	
	Annas Garage bietet in Annas Garage gemeinsam mit den Gemeinden Workshops zum Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung in der Region an.	Entwicklung und Bewerbung der Workshops	
	Annas Garage bindet Gemeinden in Nachhaltigkeitsaktivitäten im Rahmen von Annas Garage ein.	Kooperative Planung und Umsetzung dieser Aktivitäten mit Stakeholder:innen aus den Gemeinden.	
	Annas Garage stellt im Rahmen der Umsetzung von Annas Garage das Commitment der Gemeinden/Regionen zum Thema Nachhaltigkeit sicher.	Vor der Umsetzung: Checkliste Gemeinden Während der Umsetzung: Kooperatives Umsetzen vom Setup bis zur Abschlussveranstaltung	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Partnergemeinden integrieren den Outcome von Annas Garage in die Strategien und Maßnahmen der Gemeinden.	Beratungsangebot für Gemeinden: nachhaltiges Implementieren der Ergebnisse in die Agenden der Gemeinde	



Qualitätsbereich 19: Jugendeinrichtungen

Q19

Qualitätskriterien

1. Annas Garage spricht Jugendeinrichtungen mit Zukunftsorientierung als Partner:innen in der Weiterentwicklung an. Diese Zukunftsorientierung zeigt sich in den Mindsets und Prozessen der Organisationen.
2. Die Partner:innen von Annas Garage haben einen professionellen Zugang zum Thema Gleichstellung.
3. Die Partner:innen haben nachhaltiges Denken und Maßnahmen zum Klimaschutz in ihren Organisationen implementiert.
4. Die Partner:innen zeigen eine Begeisterung für die Arbeit mit Jugendlichen.
5. Die Partner:innen von Annas Garage zeigen ihre Netzwerksfähigkeit.



Q19

Nachhaltigkeitscheck: Jugendeinrichtungen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG bietet Jugendeinrichtungen Workshops zum Thema Nachhaltigkeit in der Zukunftsplanung von Jugendlichen an.	Entwicklung und Bewerbung der Workshops	
	Annas Garage bindet Jugendeinrichtungen in Nachhaltigkeitsaktivitäten im Rahmen von Annas Garage ein.	Kooperative Planung und Umsetzung dieser Aktivitäten mit Jugendeinrichtungen	
	AG bindet Jugendeinrichtungen in die Entwicklung von nachhaltig wirksamen Fragestellungen für Challenges im regionalen Setting ein.	Jugendeinrichtungen werden zu regionalen Setups eingeladen.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage bietet Unternehmen, Schulen, Eltern und weiteren Stakeholder:innen die Möglichkeit der Vernetzung im Rahmen der Challenges, Camps, Begleitformate und Veranstaltungen an.	Im Setup verankern, dass Formate zur Vernetzung in die Umsetzung von Annas Garage integriert werden.	
	Durch die Kooperation mit Jugendeinrichtungen wird die Akquise effizienter gestaltet.	Kooperationen mit Jugendeinrichtungen	



Qualitätsbereich 20: Berufsorientierung

Q20

Qualitätskriterien

1. Offenheit für Ausbildungs- und Berufsorientierung, die nicht nur auf konkrete Ergebnisse ausgerichtet ist
2. Bereitschaft, sich mit dem Diskursbruch von der Industrie zur digitalisierten Wissensgesellschaft auseinanderzusetzen

**Q20****Nachhaltigkeitscheck: Berufsorientierung**

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	AG bietet Akteur:innen der Berufsorientierung Workshops zum Thema Nachhaltige Orientierung junger Menschen an.	Angebot entwickeln, Referent:innen in die Community integrieren.	
	Annas Garage kooperiert mit Einrichtungen der Berufsorientierung im Thema Nachhaltigkeit in der BO.	Gemeinsame Zielformulierungen	
	Annas Garage bindet Einrichtungen der Berufsorientierung in Nachhaltigkeitsaktivitäten im Rahmen von Annas Garage ein.	Interesse und Nutzenerwartungen der BO-Einrichtungen analysieren und Aktivitäten entsprechend ausrichten.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage liefert über Veranstaltungen, Workshops und digitale Medien einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung in Schulen und Unternehmen, dass der Diskursbruch von der Industrie- zur digitalisierten Wissensgesellschaft vollzieht und damit neue Zugänge der Orientierung von jungen Menschen entwickelt werden müssen.	Regional abgestimmte Programmpunkte erarbeiten	
	Anbieter:innen von Berufsorientierung stellen eine effektive Beratung von jungen Menschen vor und nach dem Besuch von Annas Garage sicher. Dadurch wird die Wirksamkeit und der langfristige Erfolg von Annas Garage erhöht.	Schnittstellen zu Maßnahmen der Berufsorientierung Definieren und nutzen.	



Qualitätsbereich 21: Sozialpartner

Q21

Qualitätskriterien

1. Offenheit für Ausbildungs- und Berufsorientierung, die nicht nur auf konkrete Ergebnisse ausgerichtet ist
2. Bereitschaft, sich mit dem Diskursbruch von der Industrie zur digitalisierten Wissensgesellschaft auseinanderzusetzen



Q21

Nachhaltigkeitscheck: Sozialpartner

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage stellt seine Expertise Arbeitskreisen der Sozialpartner zum Thema nachhaltige Orientierung von Jugendlichen zur Verfügung.	Informationsgespräche und -veranstaltungen für Sozialpartnereinrichtungen	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Schnittstellen zu Maßnahmen der Sozialpartner:innen im Bereich Berufsorientierung für den nachhaltigen Erfolg von Annas Garage nutzen.	Kooperationen mit den Maßnahmen der Sozialpartner:innen eingehen.	



Dimension 6: Key Resources

Qualitätsbereich 22: Physische Ressourcen – Annas Garage analog und digital**Q22****Qualitätskriterien**

1. Annas Garage ist für Jugendliche attraktiv. Das Design wird mit Jugendlichen gemeinsam erarbeitet.
2. Das Design ist hochwertig und freundlich.
3. Annas Garage ist zu allen Jahreszeiten nutzbar.
4. Annas Garage verfügt über hochwertige Sanitäreanlagen.
5. Annas Garage verfügt über ein ausreichend großes Raumangebot, um alle im Setup geplanten Aktivitäten und Angebote in guter Qualität umsetzen zu können.
6. Als Popup-Garage in einem Unternehmen steht ein freundlicher, dem Unternehmensstandard entsprechender Raum zur Verfügung. Der Raum steht nur für die Aktivitäten von Annas Garage zur Verfügung.



Kommentar

Annas Garage physisch



Popup-Garage

in Leerständen
bei Unternehmen
bei Partner:innen

Container

bei Unternehmen
in einer Gemeinde
als Anlaufstelle
als Makerspace

Regioprojekt

mobiler Container
Kooperation von
Gemeinden/Städten

Fixes Angebot

Ganzjähriges
Orientierungsangebot
mit Camps, Challenges,
Veranstaltungen,
Workshops,
Impulsformaten

Den zentralen Andockpunkt von Annas Garage bildet ein einladender und mit Werkzeugen und Materialien ausgestatteter Ort („Garage“), eine Art Makerspace, der junge Menschen zum Tun und Ausprobieren anregen soll und die Vielfalt der Technik erlebbar macht. Sie arbeiten dort gemeinsam an konkreten Aufgaben (Challenges) oder nutzen den Ort als Werkstätte, um eigene Projekte umzusetzen. Es gibt zusätzlich zur Variante Popup-Garage mehrere Möglichkeiten, wie Annas „Garage“ aufgebaut und umgesetzt werden kann:

Umsetzung als Popup-Garage

- **Popup-Garage 1: Annas Garage im Unternehmen:** Wenn ein Unternehmen Challenges oder Camps umsetzt, wird eine Fläche im Unternehmen zum Makerspace umgestaltet. Das Unternehmen stellt diverse Werkzeuge und Werkstoffe zur Verfügung, mit denen junge Menschen die Challenges bearbeiten können.
- **Popup-Garage 2: Annas Garage in mehreren Unternehmen:** Es können sich auch mehrere Unternehmen zu einem Netzwerk zusammenfinden und Challenges oder Camps umsetzen. Moderiert vom Team von Annas Garage entwickelt das Netzwerk eine Fragestellung für die Challenge. Die jungen Menschen arbeiten dann in einem oder in mehreren Unternehmen. „Garage“, Werkzeuge und Werkstoffe stellen die Unternehmen zur Verfügung.
- **Popup-Garage 3: Annas Garage in einer Gemeinde/Stadt:** Auf regionaler Ebene funktioniert Annas Garage ebenfalls nach diesem Prinzip. Mehrere regionale Partner:innen (Unternehmen, Schulen, Gemeinde, Jugendeinrichtungen) entwickeln gemeinsam eine Fragestellung. Für die Popup-Garage wird ein regionaler **Ort** (z. B. ein Leerstand) oder ein Raum von Organisationen vor Ort genutzt. Auch in diesem Fall werden Werkzeuge und



Materialien von regionalen Unternehmen zur Verfügung gestellt. Steht kein Raum zur Verfügung, können Container angemietet werden.

Mobiler Container

- **Mobiler Container in einer Region:** Wenn sich mehrere Städte einer Region zusammenschließen, kann Annas Garage - ausgehend von einer gemeinsamen Fragestellung - gleichzeitig oder in einer zeitlichen Abfolge in der Region umgesetzt werden. Damit entsteht eine gemeinsame Erzählung in der Region. Annas Garage könnte etwa durch eine Region touren und in mehreren Städten Station machen.
- **Mobiler Container in einem großen Unternehmen:** Ein Unternehmen mit mehreren Standorten oder mit mehreren geografischen Akquise-Standorten nutzt den mobilen Container als Anlaufstation und Event für seine Schwerpunkte in der Akquisition.

Fixer Container

- Der Container kann über einen längeren Zeitraum hinweg angemietet werden oder fix erworben werden. In dieser Variante erstellt Annas Garage gemeinsam mit dem Setup-Team einen Spielplan für jeweils ein Jahr. In diesem Spielplan sind neben regelmäßigen Challenges und Camps alle Angebote (Workshops, Formate, Your Project, etc.) enthalten

Fixes Angebot in fixen Räumen

- **Annas Garage als fixes Angebot:** Annas Garage kann auch als fixes Angebot mit einem fixen Raum installiert werden. Die Angebote und Formate von Annas Garage sind damit für Jugendliche längerfristig zugänglich. Diese Variante funktioniert enthält alle Angebote, die auch im fixen Container zur Verfügung stehen.



Q22

Nachhaltigkeitscheck: Annas Garage analog und digital

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Annas Garage ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar.		
	Annas Garage als Container nutzt Solarenergie.	Checkliste ökologische Ausrichtung der Container Entwickeln und projektieren innovativer Containerlösungen (klimaneutral, autark, nachwachsende Rohstoffe). Kooperationen mit Anbietern wie https://wohnwagon.at/der-wohnwagon/	
	Annas Garage als Container achtet auf optimale Planung der Transportwege (Terminplanung für Challenges und Camps achtet darauf, dass hintereinander möglichst geografisch benachbarte Orte den Container nutzen.)	Rechtzeitige Jahresplanung, um Wege optimieren zu können.	
	Wenn Annas Garage von mehreren Unternehmen als Popup-Garage realisiert wird, sind die Anfahrtswege von Unternehmen und Schulen zu Annas Garage möglichst kurz zu halten.	Thematisieren beim Setup	
	Im Design von Annas Garage wird die Botschaft „Nachhaltigkeit“ gut sichtbar präsentiert.	Das Design von Annas Garage wird als Challenge entwickelt. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird in die Fragestellung integriert. Thematisieren beim Setup.	
	Annas Garage ist temperaturunabhängig nutzbar.	Ökologische Maßnahmen der Wärmeregulierung verwenden.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Das Design des Ortes ist für Burschen und Mädchen gleichermaßen attraktiv.	Das Design wird mit Burschen und Mädchen gleichstellungsorientiert entwickelt.	



Qualitätsbereich 23: Annas Garage als digitale Plattform

Q23

Qualitätskriterien

1. Annas Garage als digitale Plattform ist für Jugendliche attraktiv. Das Design wird mit Jugendlichen gemeinsam weiterentwickelt.
2. Die Plattform integriert die Themen Gleichstellung und Nachhaltigkeit ins Design der Website.
3. Die Plattform ist am neuesten Stand der Technik. Sie ist attraktiv, interaktiv, übersichtlich und selbsterklärend.
4. Die Plattform arbeitet mit professionellem Content Management.
5. Die Plattform entspricht Anforderungen an Energieeffizienz und CO2-Verbrauch

Kommentar

Website/Plattform Annas Garage

Annas Garage ist auch im Digitalen zugänglich. Die „Digitale Garage“ ist einerseits eine Informations- und Beratungsplattform für Jugendliche und Unternehmen, andererseits haben Unternehmen dort die Möglichkeit, sich zu präsentieren. Folgende Angebote sind geplant:

- spezifische Downloads und Informationen (z. B. Workbook und Arbeitsunterlagen) für Jugendliche und Eltern
- Bündelung von relevanten Online-Angeboten (Links, Verweise etc.)
- Online-Zugänge zu Annas Garage-Guides
- Challenges werden von Jugendlichen auf Video dokumentiert
- Öffnung der Unternehmen: Etwa durch die Produktion von Videos - aus der Perspektive von männlichen, weiblichen und diversen Jugendlichen - und deren Verbreitung digital.
- Virtuelle Rundgänge in Unternehmen
- Informationen für Lehrer*innen
- Medienpartnerschaft: Newsroom
- Beratungsplattform (auch Online-Beratungsformate sind angedacht)



Digitale Garage: Bereiche

Impulsformate

- Praktikumsbörse online
- Virtueller Unternehmensraum
- Online Talks: Mein Weg in die Technik

Information

- spezifische Downloads und Informationen (z. B. Workbook und Arbeitsunterlagen) für Jugendliche und Eltern
- Informationen für Lehrer*innen
- Bündelung von relevanten Online-Angeboten (Links, Verweise etc.)

Vernetzung

- Online-Zugänge zu Annas Garage-Guides
- Challenges werden von Jugendlichen auf Video dokumentiert
- Medienpartnerschaft: Newsroom

Präsentation der Partnerunternehmen

- Öffnung der Unternehmen: Etwa durch die Produktion von Videos - aus der Perspektive von männlichen, weiblichen und diversen Jugendlichen - und deren Verbreitung digital.
- Virtuelle Rundgänge in Unternehmen



Q23

Nachhaltigkeitscheck: Annas Garage als digitale Plattform

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Energieeffizienz und geringer CO2 Verbrauch durch Annas Garage: Nachhaltig wirksamen Server auswählen	Server möglichst nahe am User/Userin – möglichst wenige Knotenpunkte erzeugen. Sicherstellen, dass der Server mit Wasserkraft, Solarenergie oder Windkraft betrieben wird. Server wählen, dessen Abwärme wiederverwendet wird.	
	Website einfach gestalten (geringe Komplexität) und effiziente Datennutzung	Effiziente Nutzung von Daten und Diensten (Wenige Drittanbieter, Tracker wie Facebook Tracker oder Google Analytics)	
		Streaming gering halten	
		Codes und Skripts komprimieren/kombinieren, damit so wenig Datenverkehr wie möglich entsteht.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie			



Qualitätsbereich 24: Physische Ressourcen (Ausstattung)

Q24

Qualitätskriterien

1. Die Ausstattung (analog und digital) entspricht dem State of the Art.
2. Wenn gebrauchte Tools verwendet werden, müssen diese einwandfrei funktionieren.
3. Die Werkzeuge arbeiten energieeffizient.
4. Die Fragestellung berücksichtigt die vorhandenen analogen und digitalen Tools
5. Das Handling der Werkzeuge wird von kompetenten Guides unterstützt.
6. Die Materialien in Annas Garage ermöglichen so weit wie möglich den ökologischen Kreislauf. Sie sind natürliche Materialien oder Abfallprodukte und sie können als Prototyp in irgendeiner Form weiter- oder wiederverwendet werden.

Kommentar

Digitale Ausstattung

Eine Mindestausstattung im digitalen Bereich umfasst Lasercutter, Transferpresse, 3D-Drucker, Schneideplotter. Sinnvoll sind zusätzlich Tools im Bereich Video- und Tontechnik.





Q24

Nachhaltigkeitscheck: Physische Ressourcen (Ausstattung)

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die Anschaffung der analogen und digitalen Tools achtet so weit wie möglich auf ökologische Parameter (Produktion, Lieferwege, Entsorgung/Re-Use/...)	Checkliste: Nachhaltigkeit von analogen und digitalen Tools	
	Ausstattung mit gebrauchten, aber gut funktionierenden Werkzeugen.		
	Die Werkzeuge funktionieren energieeffizient.	Bei der Anschaffung auf Energieverbrauch achten.	
	Die Popup-Garage im Unternehmen ist so weit wie möglich nach ökologischen Gesichtspunkten ausgestattet.	Checkliste Aspekte Nachhaltigkeit in der Popup-Garage	
	Es werden so weit wie möglich natürliche Materialien verwendet.	Die Fragestellung wird so formuliert, dass die Verwendung von natürlichen Materialien beim Prototyping möglich ist.	
	Beim Prototyping werden gebrauchte Materialien verwendet.	Beim Setup thematisieren, gegebenenfalls Kooperation mit Unternehmen, die gebrauchte Materialien zur Verfügung stellen.	
	Die verwendeten Materialien werden auf Möglichkeiten des Upcycling/Recycling/Re-Use geprüft.	Gemeinsame Klärung mit Vertreter:innen der beteiligten Unternehmen.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Werkzeuge und Materialien werden primär bei Unternehmen mit einer klaren CSR-Strategie gekauft.		



Qualitätsbereich 25: Human Resources

Q25

Qualitätskriterien

1. Die Moderator:innen in Annas Garage erhalten kontinuierliches Training zu den von ihnen erwarteten Kompetenzen (siehe auch Kommentar).
2. Guides sind mit der Moderation von Design Thinking Prozessen, mit den Themen Gleichstellung und Nachhaltigkeit vertraut.
3. Alle Expert:innen und externe Anbieter:innen sind mit den Haltungen von Annas Garage vertraut und beachten diese während ihrer Tätigkeit bei Annas Garage.
4. Fortbildung und Intersion wird angeboten.

Kommentar

Moderator:innen

Moderator:innen werden von Annas Garage beauftragt, die Challenges und Camps zu moderieren.

Kompetenzen Moderator:innen

- Making
- Digitales Prototyping
- Gleichstellung
- Prozessmoderation Design Thinking
- Nachhaltigkeit und Technik
- Orientierung, Arbeiten mit dem Workbook
- Motivation und Begeisterung

Guides

Guides begleiten junge Menschen in den Challenges, Camps und gegebenenfalls bei anderen Angeboten in Annas Garage, wie etwa bei Your Project. Sie werden dafür in einem Workshop vorbereitet. Guides können in den Unternehmen in Ausbildung befindliche Lehrlinge sein oder Ausbilder:innen. Sie beeinflussen die Richtung des Prototyping nicht, stehen als Guides lediglich mit ihrem Know-how zur Verfügung.

Volunteer Guides sind Personen aus der Region (pensionierte Ausbilder:innen, Studierende, handwerklich aktive Menschen, ...) die für Challenges und Camps als Guides zur Verfügung stehen. Besonders wichtig ist ihre Rolle in Regio-Projekten oder in fixen Standorten von Annas Garage.



Imaging Guides

Begleiten die Reporting Teams und geben Support im Bereich Fotos, Videos inklusive deren Aufbereitung für Stories auf Social Media und bei den Abschlussveranstaltungen.

Weitere Human Resources

Weitere Human Resources in Annas Garage sind Expert:innen (Leiter:innen von Workshops, Begleitformaten), Lehrer:innen, Expert:innen in PR und Kommunikation sowie wissenschaftliche Partner:innen.



Q25

Nachhaltigkeitscheck: Human Resources

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die Human Resources in Annas Garage werden sind mit dem Nachhaltigkeitsverständnis und dem zugrundeliegenden Know-how vertraut.	Trainingskonzepte entwickeln.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Human Resources agieren gleichstellungs- und nachhaltigkeitsorientiert.	Auf die entsprechenden Haltungen und Kompetenzen wird bei der Auswahl geachtet. Workshops und Trainings werden entweder empfohlen oder intern zur Verfügung gestellt.	
	Expert:innen und externe Anbieter:innen sind mit den Haltungen und Zugängen von Annas Garage vertraut.	Angebot, an internen Fortbildungen teilzunehmen und regelmäßige Information zu den relevanten Themenbereichen.	
	Moderator:innen für Annas Garage werden langfristig aufgebaut.	Auswahl und Supportkonzept für Moderator:innen	



Qualitätsbereich 26: Finanzielle Ressourcen

Q26

Qualitätskriterien

1. Website: Mit der Umsetzung eines Content-Plans werden qualifizierte Personen (auch extern) beauftragt.
2. Ein intensives Training der Moderator:innen wird diesen von Annas Garage gratis zur Verfügung gestellt.
3. Im Vorfeld von Challenges und Camps finden Trainings im Unternehmen statt, die die Guides aus den Unternehmen (Lehrlinge, Ausbilder:innen, etc.) mit den Leitprinzipien von Annas Garage (z.B. Design Thinking, Gleichstellung und Nachhaltigkeit) vertraut machen.
4. Die Umsetzung der Angebote (Challenges, Camps, Begleitformate, laufender Betrieb (your project) kann in einer hohen Qualität und zum Teil mit externen Moderator:innen umgesetzt werden.
5. Finanzielle Ressourcen für Marketing und Bewerbung ermöglichen es, Annas Garage regelmäßig einer breiten Öffentlichkeit in Erinnerung zu rufen.
6. Die Organisation „Annas Garage“ baut Ressourcen für eine langfristige Sicherstellung des Betriebes von Annas Garage auf.



Q26

Nachhaltigkeitscheck: Finanzielle Ressourcen

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Externe Expert:innen zum Thema Nachhaltigkeit werden mit den Trainings und Workshops für Moderator:innen und Guides beauftragt.	Expert:innen (Organisationen und Personen) in die Community integrieren.	
	Externe Expert:innen werden mit der Durchführung von Workshops für Guides (insbesondere zu den Themen Nachhaltigkeit und Gleichstellung) beauftragt.	Expert:innen (Organisationen und Personen) in die Community integrieren.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Externe Expert:innen zum Thema Gleichstellung werden mit den Trainings und Workshops für Modertaor:innen und Guides beauftragt	Expert:innen (Organisationen und Personen) in die Community integrieren.	
	Die Kalkulation des Preises von Annas Garage erlaubt eine Umsetzung in hoher Qualität.	Hohen Qualitäts- und Serviceanspruch beschreiben und erfüllen.	
	Die Organisation wird professionell und umsichtig geführt.	Hohe Professionalität sicherstellen. Die Community nutzen, um Nutzenerwartungen und Haltungen im Markt rechtzeitig zu erkennen und entsprechend zu reagieren.	
	Annas Garage expandiert nach einer gelungenen Einführung in der Steiermark in weitere Bundesländer.	Strategie für einen Transfer von Annas Garage in andere Bundesländer erarbeiten.	



Dimension 7: Cost Structure



Qualitätsbereich 27: Organisation

Q27

Qualitätskriterien

1. Kund:innenorientierte Abwicklung der Aufträge
2. Gleichstellungsorientiertes und nachhaltiges Projektmanagement
3. Gleichstellungsorientiertes und nachhaltiges Finanzmanagement
4. Implementierung der Querschnittsthemen Gleichstellung und Nachhaltigkeit auf allen Ebenen der Organisation



Q27

Nachhaltigkeitscheck: Organisation

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Strategien, Strukturen, Prozesse und die Kultur in Annas Garage folgen den Prinzipien Nachhaltigkeit und Gleichstellung.	Erstellen eines Nachhaltigkeitshandbuchs für Annas Garage	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Ansprüche der Kund:innen an eine nachhaltige Dienstleistung wird durch Kooperationen mit Expert:innenorganisationen sichergestellt	Regelmäßiger Kontakt zu den Kund:innen und Evaluation ihrer Ansprüche an eine nachhaltige Dienstleistung.	



Qualitätsbereich 28: Expert:innen, Moderator:innen, Guides

Q28

Qualitätskriterien

1. Qualifikation und Erfahrung in den genannten Qualitätsbereichen
2. Gleichstellungsorientiertes, zukunftsorientiertes und nachhaltig ausgerichtetes Mindset

**Q28**

Nachhaltigkeitscheck: Expert:innen, Moderator:innen, Guides

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die in Annas Garage tätigen Expert:innen und Moderator:innen werden nach ihrem Know-how und ihrer Erfahrung in den Bereichen Nachhaltigkeit und Gleichstellung ausgesucht und entsprechend honoriert.	Entsprechendes Honorar in der Budgetierung sicherstellen	
	Weiterbildungen für die Expert:innen und Moderator:innen werden von Annas Garage kostenlos angeboten.	Kosten für die Weiterbildungen generieren.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie			



Qualitätsbereich 29: Infrastruktur

Q29

Qualitätskriterien

1. Attraktiv für Jugendliche, das Design wird mit Jugendlichen kooperativ entwickelt
2. Auffällig – Annas Garage weckt Interesse
3. Basisausstattung State of the Art, egal ob als Pop-up, Container oder fixer Standort
4. Nachhaltig

Kommentar***Garage & Makerspace***

Den zentralen Andockpunkt von Annas Garage bildet ein einladender und mit Werkzeugen und Materialien ausgestatteter Ort („Garage“), eine Art Makerspace, der junge Menschen zum Tun und Ausprobieren anregen soll und die Vielfalt der Technik erlebbar macht. Sie arbeiten dort gemeinsam an konkreten Aufgaben (Challenges). Es gibt mehrere Möglichkeiten, wie Annas „Garage“ aufgebaut und umgesetzt werden kann:

- Annas Garage im Unternehmen: Wenn ein Unternehmen Challenges oder Camps umsetzt (vgl. Beschreibung unten), wird eine Fläche im Unternehmen zum Makerspace umgestaltet. Das Unternehmen stellt diverse Werkzeuge und Werkstoffe zur Verfügung, mit denen junge Menschen die Challenges bearbeiten können.
- Annas Garage in mehreren Unternehmen: Es können sich auch mehrere Unternehmen zu einem Netzwerk zusammenfinden und Challenges oder Camps umsetzen. Moderiert vom Team von Annas Garage entwickelt das Netzwerk eine Fragestellung für die Challenge. Die jungen Menschen arbeiten dann in einem oder in mehreren Unternehmen. „Garage“, Werkzeuge und Werkstoffe stellen die Unternehmen zur Verfügung.



Q29 Nachhaltigkeitscheck: Infrastruktur

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Im optischen Design von Annas Garage zeigt sich eine ökologische Grundhaltung.	Ökologisch erfahrene Architekt:innen in die Planung der räumlichen Umsetzung einbeziehen. Hohe ökologische Qualität der Marke wird als USP formuliert und bedingt höhere Kosten.	
	Die verwendeten Materialien sind hochwertig. Sie vermitteln dadurch hohe Qualität und bieten eine positive Identifikationsfläche.	Finanzierung sicherstellen	
	Wird Annas Garage als Pop-up Garage in Unternehmen umgesetzt, wird im Setup ein effizientes Nachhaltigkeitskonzept erarbeitet entlang von bestehenden Checklisten. Dies beinhaltet Themen wie Einsatz von ökologisch vertretbaren Materialien, geringes Abfallaufkommen im Prototyping, Möglichkeiten des Recyclings und/oder Re-Use, auch von Komponenten.	Der Einsatz dieser Materialien verursacht einerseits Mehrkosten, ein großer Teil soll durch Reuse und Recycling und weiteren Ansätzen einer ressourcenökonomischen Nutzung kompensiert. Dieses Modell wird in der Öffentlichkeitsarbeit als Nutzen von Annas Garage kommuniziert.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Basisausstattung von Annas Garage (Tools, Materialien) ist State of the Art und vermittelt dadurch die Wertschätzung für die beteiligten Schulen, Unternehmen und Menschen.	Finanzierung sicherstellen	
	Die Kosten für eine nachhaltige Ausrüstung von Annas Garage (Solarenergie, autarke Versorgungssysteme, so weit wie möglich, Reuse-Konzepte, Energieeffizienz ...) werden in den Finanzplanungen berücksichtigt.	Finanzierung sicherstellen Förderungen beantragen	



Qualitätsbereich 30: Digitale Garage – Betrieb und Entwicklung

Q30

Qualitätskriterien

1. Kund:innenorientiert
2. Von Jugendlichen gewartet und mit Content versorgt
3. State of The Art in der Usability
4. Dialogisch



Q30

Nachhaltigkeitscheck: Digitale Garage – Betrieb und Entwicklung

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Der Energiebedarf der digitalen Garage ist transparent. Die Dimension wird durch Angebote in Annas Garage erlebbar gemacht (z.B. Erzeugung von kinetischer Energie)	Energiebedarf errechnen	
	Nachhaltig orientierte Server zu nutzen bedeutet, etwas höhere Kosten für den Betrieb der digitalen Garage berechnen.	Höhere Kosten, gleichbedeutend mit höherer Qualität und höherer Energieeffizienz im Preis berücksichtigen und als Teil des Brandings von Annas Garage kommunizieren.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Junge Menschen betreiben die digitale Garage selbst, technisch und im Content Management.	Team entwickeln und Finanzierung sichern	



Qualitätsbereich 31: Workbook

Q31

Qualitätskriterien

1. Das Workbook ist weiterentwickelbar in Bezug auf Inhalte, Methodik, ...
2. Das Workbook steht analog und digital zur Verfügung.
3. Das Workbook steht jede:r Teilnehmer:in zur Verfügung



Q31

Nachhaltigkeitscheck: Workbook

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Produktion und Distribution des Workbooks wird digital umgesetzt. Die analoge Version wird bedarfsorientiert (print on demand) von nachhaltig arbeitenden Unternehmen produziert.	Nachhaltig orientierte Druckereien finden.	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Die Bereitstellung des Workbooks für alle Teilnehmer:innen, Moderator:innen und Guides wird in den Kostenvoranschlägen berücksichtigt.		
	Das Workbook steht den Teilnehmer:innen gratis zur Verfügung.	Förderungen und Partnerschaften für das Workbook sichern.	



Qualitätsbereich 32: Vernetzung

Q32

Qualitätskriterien

1. Annas Garage vernetzt sich mit Unternehmen, Schulen, regionalen Stakeholder:innen, Jugendorganisationen.
2. Die Vernetzung zeichnet sich durch Wertschätzung und Regelmäßigkeit aus.
3. Maßnahmen zur Vernetzung (Veranstaltungen, Online Formate) werden CO2 neutral ausgerichtet.



Q32

Nachhaltigkeitscheck: Vernetzung

	Kriterium	Handlungsfelder	Priorität
Ökologie	Die Kosten für CO2 neutrale Vernetzungsmaßnahmen sind in den Budgetierungen berücksichtigt.	Kooperationen mit Expert:innenorganisationen für CO2 neutrale Veranstaltungen (z.B. Climate Partners)	
Soziales, Gesellschaft, Ökonomie	Annas Garage konzentriert sich auf Vernetzungen mit Organisationen und Unternehmen, die ihrerseits bereit sind, die Kosten für CO2-Neutralität auch zu tragen.	Checkliste Kooperation mit Expert:innenorganisationen	
	Vernetzungstreffen digital und online haben einen klaren inhaltlichen Fokus und klare Ziele. Die für Vernetzung eingesetzte Energie wird effizient eingesetzt.	Bewusstsein für eine schlanke und effiziente Meeting Kultur entwickeln.	



Dimension 8: Revenue Streams



Für die Revenue Streams wurden keine Nachhaltigkeitschecks entwickelt. Im Folgenden sind die Qualitätskriterien der jeweiligen Qualitätsbereiche der Vollständigkeit halber aufgelistet.

Qualitätsbereich 33: Bestehende Angebote: Challenges, Camps, Impulsformate, Workshops

Q33

Qualitätskriterien

1. Attraktivität
2. Erreichbarkeit
3. Nutzenorientierung
4. Partizipative Entwicklung

Qualitätsbereich 34: Digitale Garage

Q34

Qualitätskriterien

1. Lösungsorientierung
2. Usability
3. Aktualität
4. USP



Qualitätsbereich 35: Veranstaltungen, Publikationen,
Blogs

Q35

Qualitätskriterien

1. Angebote zur Positionierung
2. USP im Content
3. Erreichbarkeit und Usability

Qualitätsbereich 36: Partnerschaften und Förderungen





Q36





Qualitätskriterien

Partner:innen und Fördergeber:innen identifizieren sich mit der Vision und dem Mindset von Annas Garage.

6. Strategietool Nachhaltigkeit

Die mit dem Nachhaltigkeitshandbuch erarbeiteten Prioritäten in Bezug auf die Nachhaltigkeitskriterien und die Handlungsfelder bilden die Basis für die strategischen Nachhaltigkeitsziele in Annas Garage. Das hier dargestellte Tool beschreibt nicht den Prozess der Strategieentwicklung, dieser wird als partizipativer Prozess anzulegen sein.

Dimension	Strategische Ziele Ebenen Ökologie, Gesellschaft und Soziales, Ökonomie	Maßnahmen	Zeithorizont	Evaluationsfragestellung
 Value Propositions				
 Customer Segments and Relationship				
 Channels				
 Key Activities				

 Key Partners				
 Key Ressources				
 Cost Structure				
 Revenue Streams				

7. Checklisten

Verzeichnis

- Checkliste Annas Garage Mission and Strategy
- Checkliste nachhaltig orientierte Unternehmen und Organisationen als Partner:innen
- Checkliste Aspekte Nachhaltigkeit in der Popup-Garage
- Checkliste ökologische Ausrichtung der Container
- Checkliste Fragestellung
- Checkliste Veranstaltungen
- Checkliste Nachhaltigkeit von analogen und digitalen Tools
- Checkliste Nachhaltigkeit in Trainings und Workshops
- Checkliste Gleichstellung und Nachhaltigkeit in Unternehmen
- Checkliste Gemeinden

Checkliste Annas Garage Mission and Strategy

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Die Mission von Annas Garage ist auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.		
Strategie und Ziele von Annas Garage werden entlang der vorliegenden Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtet.		
Annas Garage integriert Prinzipien der Nachhaltigkeit und Qualität.		
Annas Garage legt auf ein hohes Commitment der Mitarbeiter:innen, Expert:innen und Partner:innen zur Nachhaltigkeit Wert.		
Annas Garage wird unter Beteiligung der Stakeholder:innen und von Expert:innen zum Thema Nachhaltigkeit permanent weiterentwickelt.		
Annas Garage setzt Schwerpunkte für Themen der Nachhaltigkeit im Training (für Mitarbeiter:innen, Expert:innen, Unternehmen und weitere Partner:innen) ausgehend von der Strategie zur nachhaltigen Entwicklung.		
Annas Garage beteiligt Mitarbeiter:innen und Partner:innen an der Entwicklung der Strategie und der Ziele zur nachhaltigen Entwicklung im Rahmen von Annas Garage.		
Annas Garage zielt auf eine nachhaltige Wirkung der Challenges und Camps durch Kooperationen mit Expert:inneneinrichtungen der Berufsorientierung ab.		
Annas Garage überprüft die Erreichung der gesetzten Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit und Gleichstellung mit geeigneten Verfahren kontinuierlich.		

Checkliste nachhaltig orientierte Unternehmen und Organisationen als Partner:innen

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Ökologische Verantwortung: Rohstoffe		
Ökologische Verantwortung: Energie		
Ökologische Verantwortung: Emissionen		
Soziale Verantwortung: Arbeitspraktiken		
Soziale Verantwortung: Bildung		
Soziale Verantwortung: Gemeinwesen		
Ökonomische Verantwortung: Verteilung		
Ökonomische Verantwortung: Geschäftspraktiken		

Detailcheck zu den einzelnen Punkten (exemplarisch):

https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/fachbereiche/fb7/nm/Dokumente/Nachhaltigkeitscheck.pdf

Checkliste Aspekte Nachhaltigkeit in der Popup-Garage

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Recycling/Upcycling möglich?		
Rohstoffe aus biologischem Anbau		
Vegane Rohstoffe		
Fair und sozial produziert und gehandelt		
Cradle-to-Cradle der verwendeten Tools und Materialien möglich?		
Energie und Ressourceneffizienz		
Schadstoffreduziert (Verwendung von umweltfreundlichen Materialien und Rohstoffen)		
Klimaschonend (CO ₂ -Ausstoß bei Herstellung und Transport der Materialien und Werkzeuge)		
Langlebig		
Handgefertigt		
Regional hergestellt		

Kriterien exemplarisch:

<https://www.greenpicks.de/de/nachhaltigkeitskriterien>

Checkliste ökologische Ausrichtung der Container

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Rohstoffeinsparung, z.B. durch Upcycling oder nachwachsende Baustoffe		
Sind die Bestandteile recyclebar?		
Energieeffizienz (Dämmung, autarke Energieversorgung)		
Geringe Errichtungsemissionen		
Rückstandsfreie Räumung		
Lange Lebensdauer		
Transport bei mobilen Lösungen		

Checkliste Fragestellung

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Die Frage bezieht sich auf einen relevanten Aspekt der Nachhaltigkeit im Unternehmen bzw. in der Region.		
Die Fragestellung ermöglicht ein Prototyping mit ökologisch abbaubaren oder gebrauchten Materialien.		
In die Präzisierung der Fragestellung ist integriert, wie Entsorgung/Recycling/Reuse, etc. die Prototypen erfolgen soll.		
Die Fragestellung ermöglicht eine Auseinandersetzung mit den 5 Gelingensbedingungen erfolgreicher ökologischer Systeme.		
Die Lösung der Fragestellung muss selbst nachhaltig sein.		

Checkliste Veranstaltungen

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Klimaschutz und Mobilität		
Veranstaltungsort und Unterkünfte		
Verpflegung		
Abfall und Beschaffung		
Energie und Wasser		
Soziale Verantwortung		
Kommunikation		

Detailcheck zu den einzelnen Punkten:

https://infothek.greenevents.at/upload/file/Checkliste_Green_Events_Austria.pdf

Checkliste Nachhaltigkeit von analogen und digitalen Tools

Digital

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Tools mit dem passenden Funktionsumfang auswählen		
Europäische Anbieter auswählen in Hinblick auf Datenschutzrechte		
Auf Datensparsamkeit achten		
Auf Datenexportmöglichkeit achten		
Open Source nutzen und fördern		
Bei Genossenschaften statt bei Kapitalgesellschaften kaufen		
Bei kleinen Anbietern statt bei großen Firmen kaufen		
Hardware: geringer Stromverbrauch, einfache Wartung und die Möglichkeit zum Austausch von Verschleißteilen		

Analog

Recycling/Upcycling		
Rohstoffe aus biologischem Anbau		
Fair und sozial produziert und gehandelt		
Cradle-to-cradle ist möglich		
Energie und Ressourceneffizienz		
Schadstoffreduziert (Verwendung von umweltfreundlichen Materialien und Rohstoffen)		
Klimaschonend (CO2-Ausstoß bei Herstellung und Transport)		
Langlebig		
Handgefertigt		
Regional hergestellt		

Details in:

<https://digitalzentrum.berlin/nachhaltige-digitale-tools-finden>

<https://www.greenpicks.de/de/nachhaltigkeitskriterien>

Checkliste Nachhaltigkeit in Trainings und Workshops

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Die Leitidee der nachhaltigen Entwicklung wird auf Annas Garage übertragen.		
Die Strategie und die Ziele für eine Bildung für nachhaltige Entwicklung sind festgelegt.		
Maßnahmen für Bildung für nachhaltige Entwicklung sind geplant.		

Lern- und Arbeitsumgebungen der Kund:innen werden für die Auseinandersetzung mit ökologischen, ökonomischen und/oder sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit genutzt (z. B. Betriebsbesichtigung).		
Externe und/oder virtuelle Lern- und Arbeitsumgebungen werden für die Auseinandersetzung mit ökologischen, ökonomischen und/oder sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit genutzt.		
Die Lern- und Arbeitsumgebungen unseres Unternehmens fördern die Auseinandersetzung mit der nachhaltigen Entwicklung.		
Lern- und Arbeitsumgebungen sind gesundheitsfördernd, barrierefrei und ressourcenschonend gestaltet.		
Unser Bildungspersonal wird kontinuierlich in ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit auch unter Hinzuziehung externer Kooperationspartner (z. B. Bildungsträger) geschult.		
Unsere Führungskräfte werden kontinuierlich in ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit auch unter Hinzuziehung externer Kooperationspartner (z. B. Bildungsträger) geschult.		

Lernen zur nachhaltigen Entwicklung in vielfältigen (z. B. abteilungsübergreifenden) Teams im Arbeitsalltag wird ermöglicht.		
Kontinuierliche Austausch zwischen den unterschiedlichen Expert:innen, Moderator:innen und Trainer:innen. Die Workshops und Trainings in Annas Garage anbieten ist sichergestellt.		
Es werden Maßnahmen zur Gestaltung einer lernförderlichen Lern- und Fehlerkultur durchgeführt.		

Lernanlässe zur nachhaltigen Entwicklung werden aus dem betrieblichen und organisatorischen Handeln der Kund:innen abgeleitet.		
Typische Praxisprobleme werden genutzt, um Lernenden die Wirkungszusammenhänge (lokal, regional, global) des eigenen Handelns und die damit verbundene Mitwirkung an einer nachhaltigen Zukunftsgestaltung nachvollziehbar zu vermitteln.		
Ansatzpunkte für Nachhaltigkeit werden aus den Berufsbildungspositionen bzw. Lernfeldern im jeweiligen Ausbildungsberuf identifiziert und in der Aus- und Weiterbildung genutzt.		
Betriebliche Nachhaltigkeitsaktivitäten (z. B. Projekte) werden in Lehr-/Lernsituationen aufgegriffen.		
Maßnahmen des Bildungs- bzw. Qualifizierungsprogramms der in Annas Garage tätigen greifen spezifische Lerninhalte aus dem Feld der Nachhaltigkeit auf.		
Nachhaltigkeitsziele sind in betriebsinternen Curricula (z. B. Workbook) festgehalten.		
Vorhandene Curricula und Lernaufgaben werden kontinuierlich nachhaltigkeitsorientiert gestaltet.		
Diskussionen über Widersprüche zwischen betrieblichen Routinen und den Nachhaltigkeitszielen werden im Lernprozess zugelassen und gefördert.		

Die Eigenverantwortung für die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens und der Bildung für nachhaltige Entwicklung der Mitarbeitenden wird in Lehr-/Lernsituationen thematisiert.		
Lernenden wird die Selbststeuerung der eigenen Lernprozesse ermöglicht.		

<https://www.bibb.de/dienst/veroeffentlichungen/de/publication/download/16691>

Checkliste Nachhaltigkeit in Unternehmen

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Die Leitidee der nachhaltigen Entwicklung ist in Leitbild, Mission Statement, Vision, o.Ä. formuliert.		
Die Strategie, die Ziele und die Indikatoren für nachhaltige Entwicklung des Unternehmens sind festgelegt.		
Maßnahmen für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens sind geplant und werden evaluiert.		

Ein Beispiel für die Entwicklung von Nachhaltigkeitsindikatoren ausgehend von Unternehmenszielen:

<https://www.merckgroup.com/de/nachhaltigkeitsbericht/2021/strategie-management/nachhaltigkeitsstrategie.html#goals-kpis>

Checkliste Gemeinden

Am 25.09.2015 wurde in der Generalversammlung der Vereinten Nationen die Resolution "Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung" einstimmig von allen Mitgliedsstaaten beschlossen. Die 17 Ziele der Agenda zielen darauf ab, das menschliche Tun in ein harmonisches System zu überführen, die Welt zu einem besseren Ort zu machen und niemanden "zurückzulassen". Mit der Verabschiedung der Agenda 2030 ist die Republik Österreich die Verpflichtung eingegangen, systematisch auf die Erreichung der Ziele hinzuwirken. Die Umsetzung betrifft Bund, Länder und Gemeinden, alle Ressorts, sowohl in der Innenpolitik als auch im auswärtigen politischen Handeln. Nun werden Schritt für Schritt Maßnahmen gesetzt, um den vereinbarten Zielen näher zu kommen.

Partner:innen und Kund:innen von Annas Garage setzen sich mit dieser Agenda nachweislich auseinander, kennen die Ziele und haben Strategien und Maßnahmen zu einzelnen Zielen auf Gemeindeebene formuliert.

Kriterium	erfüllt	nicht erfüllt
Keine Armut		
Kein Hunger		
Gesundheit		
Hochwertige Bildung		
Geschlechtergleichstellung		
Sauberes Wasser		
Saubere Energie		
Menschenwürdige Arbeit		
Innovation und Infrastruktur		
Weniger Ungleichheiten		

Nachhaltige Kommunen		
Verantwortungsvoller Konsum		
Klimaschutz		
Leben unter Wasser		
Leben am Land		
Frieden und Gerechtigkeit		
Partnerschaften		

<https://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/ziel/128849111/DE/>

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/kommunen/angebote/kommunaler-n-check>

Speziell für junge Menschen

Baupläne



Bau dir deine eigene Drohne! Oder dein eigenes Solarwindrad, mit dessen Strom du dein Handy laden kannst. Oder du programmierst deine eigene App! Baupläne und passende Tools für dieses oder andere tolle Projekte erwarten dich in Annas Garage!

Profis vor Ort unterstützen dich bei der Umsetzung. Du kannst auch eigene Baupläne und Ideen mitbringen. Wenn ihr wollt, könnt ihr auch als Schulklasse mitmachen.

Umfang: wird im Setup fixiert

Such dir deine Firma



Wähle deine Top 5 Betriebe aus einem Pool von unterschiedlichen Firmen im technischen Bereich aus. Alleine oder in der Gruppe könnt ihr in den Unternehmen einen halben oder einen ganzen Tag schnuppern.

Um einen besonders guten Einblick zu erlangen, bekommt ihr dabei Aufgaben von den Firmen und könnt diese mit Fachkräften vor Ort lösen.

Es ist auch möglich, dass die Firmen in ANNA GARAGE kommen und hier ihre Arbeitsaufträge für euch bereitstellen.

Umfang: wird im Setup fixiert

Lange Nacht der Erfindung



Die lange Nacht der Erfindungen steht ganz im Zeichen von Entdeckungen, Erfindungen sowie bedeutenden Errungenschaften und ihren Erfinder:innen. Geschichten zu bahnbrechenden, großen auch kleinen Erfindungen werden erzählt, bedeutende Erfinder:innen und Forscher:innen vorgestellt und spannende Experimente gezeigt.

In unterschiedlichen Sessions in Labors, Forschungseinrichtungen oder Betrieben bekommt ihr direkt vor Ort Einblick in die Abläufe und könnt selber beim Experimentieren mitmachen.

Umfang: 6 Stunden

Zukunft im Blick - RegioTYPING



Wir gestalten unsere Zukunft! Bei den digitalen Workshops kannst du deine Ideen und Wünsche einbringen, wie du dir die Zukunft der Region wünschst. An den beiden Tagen werden Ideen gesammelt, Veränderungswünsche eingeholt, Interessen gebündelt und zu konkreten Projekten weiterentwickelt.

Sei dabei, wenn es um deine Zukunft geht!

Umfang: 2 Tage

Girls Talk



Frauen aus der Technik laden zum GIRLS TALK ein und erzählen, wie sie ihren persönlichen Weg und Erfolg im technischen Bereich gefunden haben. Denn Frauen und Technik passt wunderbar zusammen. Kommt vorbei, lasst euch inspirieren, stellt Fragen oder hört einfach nur zu! Im abwechslungsreichen Setting- moderiert von jungen Frauen aus der Region für Inspiration und regen Austausch gesorgt!

Umfang: 90 Minuten

Coaching:
Meine Zukunft



In drei Treffen beschäftigst du dich -gut begleitet durch einen Coach - mit folgenden Fragen:

- Wer bin ich?
- Was sind meine Stärken/Ressourcen?
- Was sagen andere über mich?
- Wie will ich jetzt und in Zukunft leben und arbeiten?
- Was zieht mich an und was will ich keinesfalls?

Umfang: 3 h pro Teilnehmer:in

So geht Technik
mit ...



Erfolgreiche Techniker:innen geben Einblick in ihre Arbeit und ihre Werdegänge. Gemeinsam mit den Profis erarbeitet ihr euch verschiedene Themen. Schau vorbei:

„So geht Programmieren mit Sabine“

„So geht Strom mit Isabella“

„So geht Verpackung mit Werner“

Umfang: 2 h pro Workshop

Video Corner



In ANNAS GARAGE hast du jederzeit die Möglichkeit eigene Videos selbst zu produzieren.

Wie das geht? Ausprobieren und gute Tipps von Profis bekommen. Kreativität meets Technik - und du bist mittendrin.

Außerdem findest du vorgefertigte Videos: Junge Frauen, die ihren Weg in die Technik beschreiben, Einblicke in unterschiedliche, spannende technische Themenbereiche.

Umfang: wird im Set-up fixiert

Repair & Care



Einmal pro Woche wird ANNAS GARAGE zu einer Repair- und ReUse Garage umgewandelt.

Du kannst dort mit der Hilfe von Profis Gegenstände reparieren oder auch upcyclen. Nütze dazu das Material und verschiedene Upcycling Baupläne vor Ort tüfteln und Experimentieren erlaubt! Zum Beispiel einen stylischen Lampenschirm aus einer Flasche bauen geht. Schau einfach vorbei!

Umfang: wird im Setup fixiert

Technical Exitroom



Ganz nach dem Motto Exit-the-Room löst ihr hier in kleinen Teams technische Aufgabenstellungen in Form von Rätseln. Eine gelöste Aufgabe schaltet die nächste frei. Ihr habt dafür 24 Stunden Zeit. Spaß ist vorprogrammiert.

Umfang: 24 Stunden

Maker Day – Girls only



Maker Days exklusiv für Mädchen! An zwei Tagen habt ihr Zeit eure eigenen Ideen mit den Werkzeugen und Werkstoffen aus ANNAS GARAGE umzusetzen. Dafür stehen euch 3D-Drucker, Lasercutter, Upcycling, Elektronik, Videoproduktion, Programmierung, Stick, Nähmaschine und viele weitere technische Geräte zur Verfügung. Hast du noch keine Idee, komm einfach vorbei und lasse dich inspirieren!

Umfang: 2 Tage

Workshops & Card



In ANNAS GARAGE werden euch 10 verschiedene Workshops zu spannenden technischen Themen angeboten. Jeder dieser Workshops dauert einen halben Tag und am Ende des Tages habt ihr euer eigenes Produkt. Dabei könnt ihr in coolen technischen Bereichen wie Design, Programmieren, Holz, Textil, Elektrik, Glas, Laser, 3D-Druck, Mechanik usw. wählen. Für jeden absolvierten Workshop gibts einen Punkt in eure Workshopcard. By the way: Bei einer Praktikumsbewerbung macht sich eine solche Workshopcard meist recht gut.

Ihr könnt mit Freund:innen vorbeikommen oder als gesamte Schulklasse.

Umfang: ein Halbtage pro Workshop

Veranstaltungen: Formate für Lehrer:innen, Eltern und Unternehmen

Conversation Dinner

Zielgruppen:
Lehrer:innen, Unternehmer:innen

Umfang: 3 Stunden

Moderation: Annas Garage

Conversation Dinner ist ein Format, in dem ca 12 Personen, die einander nicht gut kennen zusammensitzen ein Abendessen einnehmen und über substanzielle Themen diskutieren.

Der Moderator/die Moderatorin erstellt Fragekarten, die gemeinsam mit der Menüfolge am Tisch vorbereitet sind. Zwischen den Gängen wird jeweils eine Frage diskutiert.

Die Ergebnisse werden nach dem Dessert gesammelt.

Für Lehrer:innen und Unternehmen



Elterntalk

Zielgruppen:
Eltern
Unternehmen

Umfang: 2 Stunden

Moderation: Annas Garage und Schüler:innen

Eltern kommen in einem Talk Format mit Unternehmen der Region in Kontakt (online oder in Präsenz). Unternehmen stellen sich und ihre Angebote für junge Menschen der Region vor. Sie sprechen über Entwicklungen und Zukunftstrends und welche Rolle junge Menschen in den Unternehmen der Zukunft spielen werden.

Eltern lernen Unternehmen und ihre Anforderungen an junge Menschen kennen (Wie sehen unsere Mitarbeiter:innen der Zukunft aus?)

Moderation: Annas Garage und Schüler:innen



Praktikumsbörse online

Zielgruppen:
Unternehmen
Schüler:innen

Umfang: 90 Minuten

Moderation: Annas Garage

Unternehmen und Schüler:innen, die auf der Suche nach einem Praktikum sind, treffen sich in einem online Raum. Die Unternehmen haben je 2 Minuten Zeit, in Form eines Elevator Pitches ihren Ferialjob zu bewerben.

Die jungen Menschen stellen sich in einem 3 Eigenschaftswort-Statement kurz selbst vor. Dann geht's in Breakout Groups und sie lernen sich gegenseitig kennen

Eine Art „Bewerbung und Kennenlerngespräch“ bei dem beide Seiten entdecken können, ob das Matching passen würde.



Anti-Bias-Training

Zielgruppen:
Ausbildner:innen
Lehrer:innen

Umfang: 1 Halbttag

Workshopleitung: Annas Garage

Workshop

Ausbildner:innen und Lehrer:innen werden in die Lage versetzt, gender- und diversitätssensibel zu besseren Erkenntnissen in Bezug auf die Schüler:innen zu kommen, die weniger von Stereotypisierungen eingetrübt sind.

Diese Kompetenz ist eine Voraussetzung für das Beobachten der Begeisterung und der Potenziale der Schüler:innen und damit ein Schlüsselbereich für den Erfolg von Annas Garage.



Virtueller Unternehmensraum

Zielgruppen:
Unternehmen
Schüler:innen

Unternehmen der Region können sich in einem virtuellen Raum vorstellen, virtuelle Führungen, virtuelle Praktika anbieten, Praktikumsbörse, Hackathons, virtuelle Ausstellungen der Ergebnisse aus Annas Garage

Schüler:innen präsentieren Unternehmen der Region über Videos.

Unternehmen und Schüler:innen liefern Content, Annas Garage bereitet virtuell auf.

Leistung von Annas Garage

- 👉 Vorbereitung
- 👉 Support
- 👉 Virtuelle Aufbereitung, Plattform



Workshops für Ermöglicher:innen

Zielgruppen:
Engagierte Bürger:innen

Umfang: 3 Stunden

Moderation: Annas Garage

In jeder Region gibt es zahlreiche Menschen, denen Jugendliche und ihre Entwicklung am Herzen liegen. Sie werden in diesem Workshop zusammengebracht und erarbeiten gemeinsam, welche Herausforderungen junge Menschen aktuell in der Region bewältigen müssen, wie Unternehmer:innen, politisch Verantwortliche, Vorbilder etc. junge Menschen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen unterstützen können.



Online-talks Mein Weg in die Technik

Zielgruppen:
Schüler:innen, breite Öffentlichkeit

Umfang: 90 Minuten

Moderation: Annas Garage

Frauen (Rolemodels) erzählen von ihrem Weg in die Technik und was sie begeistert, was sie fordert. Sie erzählen über biographische Momente der Berufsentscheidung sowie Hürden und Chancen auf ihrem Berufsweg.

Die Gäste können nach einer ersten Phase des Online-Interviews Fragen stellen. In einem weiteren Schritt gibt es online-breakout-rooms, in denen alle Teilnehmenden austauschen und Essenzen aus dem Interview sammeln können

Für Schüler:innen und die breite Öffentlichkeit



Skills assessment gleichstellungsorientiert

Zielgruppen:
Unternehmen und Schüler:innen

Umfang: 3 Stunden

Workshopleitung: NOWA

Gleichstellungsorientierter Interessens- und Potenzialcheck, aufbauend auf Beobachtung und Selbstreflexion.



8.Literatur und Weblinks

- Bergmann Nadja, Lisa Danzer und Barbara Willsberger (L&R Sozialforschung) in Kooperation mit Regine Wieser (2017): Frauen in Technik und Handwerk. Wien.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (2003): Good Business. Leadership, Flow and the Making of Meaning. New York.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (2010): Das Flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile: Im Tun aufgehen. Stuttgart, 11. Auflage
- Dornmayr Helmut, Roland Löffler (2020): Bericht zur Situation der Jugendbeschäftigung und Lehrlingsausbildung in Österreich 2018-2019. Wien.
- Ehretreiber Christian, Thomas Lederer-Hutsteiner (2017): 5. Steirische Jugendstudie 2017. Graz.
- Grasenick, Karin (2021): I, huwan. Zukunftsorientiertes Technikverständnis und Gleichstellung. In: Annas Garage. Skizzen – Themen – Ergebnisse, Graz, S. 12-14)
- Haller, Reinhard (2020): Das Wunder der Wertschätzung. Wie wir andere stark machen und dabei selbst stärker werden. Nördlingen).
- Laloux, Frederic (2016): Reinventing Organisations. Ein illustrierter Leitfaden sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München.
- Marterer Michaela, Peter Härtel (2017): Anforderungen an EinsteigerInnen in die berufliche Bildung. Graz. STVG.
- McDonough William, Michael Braungart (2009): Cradle to cradle: remaking the way we make things. Vintage.
- Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur (2011): Business Modell Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt, New York.
- Projekt Unternehmen für Mädchen (www.u-f-m.at, acc. 2020 11 24)
- Projekt YOUMIG (Youth Migration in the Danube Region)
(https://www.graz.at/cms/beitrag/10304645/7753526/YOUMIG_Junge_Menschen_als_Chance.html, acc. 2020 11 24)
- Scharmer, C. Otto und Käufer, Katrin (2014): Von der Zukunft her führen. Theorie U in der Praxis. Heidelberg.
- Schön Sandra, Martin Ebner, Swapna, Kumar (2014): The Maker Movement. Implications of new digital gadgets, fabrication tools and spaces for creative learning and teaching. In: eLearning Papers, 39, July 2014, pp.14-25. URL:
https://www.researchgate.net/publication/263655746_The_Maker_Movement_Implications_of_new_digital_gadgets_fabrication_tools_and_spaces_for_creative_learning_and_teaching (acc. 2021 06 26)

Schön Sandra, Martin Ebner, Kristin Narr (2016) (Hrsg.): Making-Aktivitäten mit Kindern und Jugendlichen. Handbuch zum kreativen digitalen Gestalten.

https://www.bimsev.de/n/userfiles/downloads/making_handbuch_online_final.pdf (acc. 2021 06 26)

Steiner Karin, Monira Kerler, Sandra Schneeweiß (2015): Praxishandbuch Technische und naturwissenschaftliche Qualifizierungen von Frauen. Berufsorientierung und Methoden für gendergerechte Didaktik. Resilienzfaktoren gegen die geschlechtsspezifische Segregation. Wien.

Ueberrnickel Falk et al. (2015): Design Thinking. Das Handbuch. Frankfurter Allgemeine Buch.

Weblinks

<https://www.bibb.de/dienst/veroeffentlichungen/de/publication/download/16691>

<http://cartoon.iguw.tuwien.ac.at/christian/technsoz/technik.html>

<https://digitaleberufe.at/matching/>

<https://digitalisierung.agenda-austria.at/abschnitt/2-arbeit>

<https://digitalzentrum.berlin/nachhaltige-digitale-tools-finden>

<https://www.greenpicks.de/de/nachhaltigkeitskriterien>

https://infothek.greenevents.at/upload/file/Checkliste_Green_Events_Austria.pdf

<https://makerdaysforkids.eu/>

<https://www.merckgroup.com/de/nachhaltigkeitsbericht/2021/strategie-management/nachhaltigkeitsstrategie.html#goals-kpis>

<https://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/ziel/128849111/DE/>

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/kommunen/angebote/kommunaler-n-check>

<https://portal.ibobb.at/information/informationsplattformen/inhalt/berufsorientierungsplattform-fuer-digitale-berufe>

www.pro-sustain.at

<https://www.thingiverse.com/>

<https://www.umweltpakt.bayern.de/werkzeuge/nachhaltigkeitsmanagement/>

https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/fachbereiche/fb7/nm/Dokumente/Nachhaltigkeitscheck.pdf

<https://www.verwaltung.steiermark.at/cms/ziel/108305303/DE/>

https://www.verwaltung.steiermark.at/cms/dokumente/11877528_108305303/882fd997/Aktionsplan.pdf

<https://www.whatchado.com/de/jobinfo?searchTerm=Freizeit-Manager>

<https://wohnwagon.at/>

<https://www.youtube.com/watch?v=8rwjMc-Ziug>

Access to all websites on 29.06.2022