



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Nachhaltigkeit im Handel(n)

Tipps für die (Ausbildungs-)Praxis



Berufliche Bildung für nachhaltige Entwicklung...

... vermittelt bereits in der Aus- und Weiterbildung, wie Führungskräfte und Mitarbeiter/innen konkret im Kontext der wirtschaftlichen Interessen ihres Unternehmens bewusst auch Verantwortung übernehmen können für Umwelt und Gesellschaft.

Die Bereiche Wirtschaft – Umwelt – Soziale Verantwortung stehen dabei gleichberechtigt und in gegenseitiger Abhängigkeit nebeneinander. Die Balance dieser vielfältigen Aspekte, das nachhaltige Wirtschaften, will gelernt und gelebt sein!

Unternehmen und berufliche Schulen, aber auch überbetriebliche Berufsbildungsstätten etc. nehmen hier eine Schlüsselposition ein. Sie können diese abstrakten Grundlagen des nachhaltigen Wirtschaftens mit den jeweiligen fachlichen Kenntnissen verbinden, konkretisieren und an die Fachkräfte der nächsten Generationen weiter geben. Fachliche, ökologische, soziale und personale Kompetenzen befähigen zu nachhaltigem, nicht nur beruflichen, Handeln – eine der wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft. Um die dafür notwendigen Prozesse voranzubringen, wurde von der Nationalen Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) am 20. Juni 2017 ein Nationaler Aktionsplan BNE – mit zentralen Handlungsfeldern, Zielen und Maßnahmenempfehlungen – auch für die Berufliche Bildung – verabschiedet.



„ Jeder Einzelne kann durch nachhaltiges Handeln im beruflichen und privaten Alltag zu einer auch zukünftig lebenswerten Gesellschaft beitragen. Wir wollen aufzeigen, wie es gelingen kann, Nachhaltigkeit bereits in der Ausbildung junger Menschen konkret zu vermitteln. “

Johanna Wanka

Prof. Dr. Johanna Wanka
Bundesministerin für Bildung und Forschung

Warum ist nachhaltiges Wirtschaften für kaufmännische Berufe so wichtig?



Kaufleute können nicht nur ihr eigenes Verhalten, sondern auch das Kaufverhalten ihrer Kundinnen und Kunden und damit die gesamte Warenkette nachhaltig beeinflussen. Dies beginnt bei der Auswahl des Sortiments und der weltweiten Produzenten, beinhaltet Möglichkeiten des nachhaltigen Transports und der Lagerung, erstreckt sich auf Warenpräsentation am Point of Sale bis hin zur Kundenberatung zu nachhaltigen Produkten. Das Angebot zusätzlicher Reparaturdienstleistungen kann z. B. zudem die Produktlebenszeit verlängern, Rohstoffe schonen, Energie sparen und die Kundenbindung erhöhen.

Darüber hinaus werden sich Kundinnen und Kunden zunehmend ihrer Verantwortung bewusst und möchten einen Beitrag leisten zur nachhaltigen Entwicklung. Sie hinterfragen die Herkunft der Waren u. a. zu ökologischer und sozial gerechter Produktionsweise, fairem Handel und achten auf ihre Verpackung und nachhaltige Gütesiegel. Das Image des Unternehmens gewinnt für Kundinnen und Kunden und Beschäftigte an Bedeutung. Trotz auftretender Zielkonflikte ist nachhaltiges Handeln insofern ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Unternehmen.

Der ehrbare Kaufmann

„Wirtschaft wird von Menschen gemacht. Engagement für nachhaltige Entwicklung bedarf einer persönlichen Überzeugung und Haltung – zu beidem leistet die Berufsbildung wichtige Beiträge. Die Werte und Grundsätze des „Ehrbaren Kaufmanns“ bieten Orientierung, um in einer hochgradig arbeitsteiligen, globalisierten und auf Wettbewerb ausgerichteten Arbeitswelt betriebswirtschaftliche Interessen und gesellschaftliche Verantwortung in Einklang zu bringen. Der „Ehrbare Kaufmann“ ist Leitbild für verantwortungsvolles und nachhaltig angelegtes Unternehmertum.“

Markus Lötzsch

Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken

Weitere Informationen: www.ihk-nuernberg.de/ehrbarer-kaufmann

Tipps von Ausbilderinnen und Ausbildern

Das vermitteln wir unseren Auszubildenden zur Nachhaltigkeit:



Aurelia Wieczorek
REWE Markt GmbH
Expertin HR-Kompetenzcenter West

Groß- und Außenhandel

„Für uns von Alnatura hat das Thema Nachhaltigkeit einen ganz besonderen Stellenwert. Bei der Gewinnung von Kaufleuten im Groß- und Außenhandel setzen wir auf eine passgenaue Besetzung der Lehrstelle und einen möglichst papierlosen Gewinnungsprozess. Unsere Auszubildenden besuchen neben ihrer Ausbildung ein sogenanntes Nachhaltigkeitsseminar. In darauffolgenden Projekten haben sie beispielsweise eigeninitiativ eine Kleidertauschaktion veranstaltet oder ein ökologisches Konzept erarbeitet, das die anderen Mitarbeiter auffordert, künftig mit Ressourcen wie Wasser, Strom und Lebensmitteln sorgfältiger umzugehen.“



Winfried Reimer
Klumpp + Müller GmbH + Co KG
Ausbildungsleitung

Einzelhandel

„Nachhaltigkeit muss von Anfang an ein attraktives Thema in der Ausbildung sein. Dabei geht es nicht nur darum Inhalte zu vermitteln, sondern auch danach zu handeln. Nur ein Beispiel: Alle unsere Azubis erhalten zu Ausbildungsbeginn ein Tablet. Darauf finden Sie eine Lernplattform, über die sie ihr gesamtes Wissen rund um den Lebensmitteleinzelhandel erarbeiten, ganz gleich, wo sie sich aktuell befinden. Das passt in die aktuelle Zeit und das Beste: es spart jede Menge Papier.“

Janina Hofmann

Alnatura Produktions- und Handels GmbH
Ausbilderin Zentralbereiche



Spedition- und Logistikdienstleistungen

„Es ist sehr wichtig, jungen Menschen schon früh aufzuzeigen, wie sich ihr Handeln bei der Durchführung von Transporten und anderen Logistikprojekten positiv auf die Umwelt, die Mitarbeiter und das Umfeld auswirken kann. Aspekte nachhaltiger Entwicklung müssen in allen Bereichen der Ausbildung erkannt und umgesetzt werden, u. a. in der Technik (E-Mobilität, Autonomes Fahren, etc.), der Arbeitsstelle (Teil- oder Gleitzeitregelungen, Homeoffice, mehr Verantwortung, etc.), den Strukturen (bspw. E-Commerce, B2C) oder der Politik (BREXIT, Umweltzonen, etc.).“



Welche Kompetenzen werden benötigt?

Um nachhaltiges Wirtschaften konsequent im eigenen Unternehmen umzusetzen, bedarf es kompetenter Mitarbeiter. Aber welche Kompetenzen benötigen Kaufleute, damit sie an einer nachhaltigen Entwicklung teilhaben? Wie können sie ihren Beitrag leisten für die Erhaltung der Lebensgrundlagen und für weltweit sozial gerechte Entwicklungschancen?

Der am 20. Juni 2017 von der Nationalen Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) verabschiedete Nationale Aktionsplan BNE (S. 45 a.a.O.) sieht eine Antwort darauf u. a. in der Entwicklung nachhaltigkeitsbezogener Handlungskompetenz. Diese meint Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die Kaufleute befähigen ...

➔ ... soziale, ökologische und ökonomische Aspekte mit ihren Wechselbezügen und Widersprüchen zu prüfen und zu beurteilen.

Kaufleute sollten in der Warenbeschaffung nicht nur ökonomische, sondern vor allem auch soziale und ökologische Gesichtspunkte prüfen und einbeziehen. Um verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, sollten sie klären, welche Art Waren beschafft werden (Fair-Trade, Energielabel, Bio-, OEKO-TEX oder andere Gütesiegel) und wie sie in sie in den Handel gelangen.

➔ ... regionale und globale Auswirkungen bei der Arbeit zu berücksichtigen:

Kaufleute agieren in regionalen Märkten mit Kunden vor Ort, gleichzeitig aber auch im globalisierten Wettbewerb, den sie stets mit beeinflussen. Nachhaltiges Handeln erfordert ein Bewusstsein darüber, welche Folgen Beschaffungsentscheidungen in entfernten Teilen der Welt haben können (z. B. Umweltschäden, Arbeitsbedingungen).

- ➔ **... die längerfristigen Folgen des Warenvertriebs einzubeziehen:**
Kaufleute prägen mit ihrem Warenangebot auch Konsummuster. Sie sollten bewusst einbeziehen, welche langfristigen Folgen z. B. damit verbunden sind, wenn saisonale Ware wie Erdbeeren und Bananen ganzjährig angeboten werden, wenn der Vertrieb bestimmter Elektrogeräte zum Raubbau an nicht nachwachsenden Rohstoffen wie seltenen Erden beiträgt oder deren Energieverbrauch nicht klimaverträglich ist.
- ➔ **... zur Erhaltung der Lebensgrundlagen beizutragen:**
Der Handel beansprucht Rohstoffe und Energien, die nicht unendlich verfügbar sind. Nachhaltigkeitsorientierte Kaufleute müssen deshalb bezüglich Transport, Lagerung, Vermarktung und Nutzung der Waren auf die tatsächliche Notwendigkeit ihres Gebrauchs, ihre effiziente Verwendung und ihre Naturverträglichkeit achten.
- ➔ **... möglichst die gesamten Lieferketten sowie Produktlebenszyklen mit einzubeziehen: Kaufleute haben durch die Produktauswahl, das Marketing und die Kundenberatung maßgeblichen Einfluss auf die Herstellung und Verbreitung von Waren.**
Nachhaltige kaufmännische Verantwortung darf sich daher nicht auf den unmittelbaren Warenkontakt beschränken und sollte den Weg der Ware von der Herstellung über den Gebrauch bis zur Entsorgung mit einbeziehen.

Weitere Informationen und Ansprechpartner zur Förderung „BBNE 2015 – 2019“:

Bundesinstitut für Berufsbildung
Programmleitung „BBNE 2015 – 2019“
Herr Srbeny
E-Mail: srbeny@bibb.de
www.bbne.de

Stimmen aus der Nationalen Plattform BNE

Marlehn Thieme, Vorsitzende Rat für Nachhaltige Entwicklung (Juni 2017):
„...BNE vermittelt jedem Einzelnen umfassende Handlungs- und Gestaltungs-kompetenzen, mit denen ihm ermöglicht wird, eigenständige und verantwortungs-volle Entscheidungen zu treffen, sich aktiv in gesellschaftliche Prozesse einzubringen und die globale Entwicklung zu verstehen...“

Prof. Dr. Verena Metze-Mangold, Präsidentin der Deutschen UNESCO-Kommission (April 2017):

„... Um nachhaltige Entwicklung zu verwirklichen, müssen wir die Auswirkungen unseres Handelns auf die Welt verstehen und lernen, mit Wandel und Risiken umzugehen. Wir brauchen Wissen und Fähigkeiten, Haltungen und Werte, die verantwortliches Verhalten ermöglichen...“

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium
für Bildung und Forschung (BMBF)
Berufsorientierung;
Chancengerechtigkeit für Jugendliche
53170 Bonn

Bestellungen

schriftlich an
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: www.bmbf.de
oder per
Tel.: 030 18 272 272 1
Fax: 030 18 10 272 272 1

Stand

September 2017

Text

BMBF, BiBB

Gestaltung

BMBF

Druck

BMBF

Bildnachweise

Titel: Alnatura, Thommy Mardo
S. 2: Presse- und Informationsamt der
Bundesregierung, Steffen Kugler: Vorwort
(Porträt Prof. Dr. Johanna Wanka)
S. 2/3: REWE Markt GmbH
S. 4/5: REWE Markt GmbH
S. 4/5: Janina Hofmann
S. 4/5: Winfried Reimer
S. 6: Fotolia, WavebreakmediaMicro

Diese Publikation wird als Fachinformation des Bundesministeriums für Bildung und Forschung kostenlos herausgegeben. Sie ist nicht zum Verkauf bestimmt und darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.