



„Steig mir aufs grüne Dach“ – das Motto des Hamburger Fachverbandes.



Dachgrün-Modellbepflanzung mit Kräutern.

Fotos (3): FGL HH



Spannende Frage: Wieviel Wasser speichert so eine Dachbegrünung?

Orientierungstag für grüne Berufe

Erfolg des Green Day hängt stark vom Lehrer-Engagement ab. Resümee aus der Aktion 2015. Von **Therese Backhaus-Csyk**

Seit 2012 findet der „Green Day“ jedes Jahr am 12. November statt. Als Orientierungstag für Umweltberufe nutzen auch GaLaBau-Betriebe die Möglichkeit, Jugendliche mit Betriebsbesichtigungen und Mitmach-Aktionen in ihren Betrieb zu holen, um für die Branche zu werben und Nachwuchs zu gewinnen.

Der „Green Day“ wird vom Bundesumweltministerium aus Mitteln der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördert und von der Zeitbild Stiftung in Berlin durchgeführt. Die Teilnahme ist kostenlos. Der „Green Day“ richtet sich an Schülerinnen und Schüler der 8. bis 13. Klassen aus allen weiterführenden Schulen. Er wird je nach personellen, räumlichen und zeitlichen Kapazitäten ganz unterschiedlich gestaltet: Ob Gespräche mit Azubis, Workshops mit Studierenden oder Rundgänge mit erfahrenen Praktikern – wichtig ist es, dass sich die Jugendlichen aktiv mit einbringen können, unterstreicht die Zeitbild Stiftung.

In den vergangenen Jahren haben über 450 verschiedene Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Verbände ihre Türen für Jugendliche geöffnet. Mehr als 10.000 junge Leute bekamen so einen Einblick in Berufs- und Studienperspektiven im Bereich Umwelt- und Klimaschutz, zu dem eben auch der GaLaBau und Baumschulen ge-

hören. Schon die Auftaktveranstaltung im Siemens-Gasturbinenwerk mit Bundesumweltminister Peter Altmaier zeigte die Besonderheit des „Green Day“.

Neben dem „Girls' Day“ zählt der „Green Day“ zu den wichtigsten Aktionstagen, um die Berufsbilder im Garten- und Landschaftsbau interessierten Jugendlichen zu veranschaulichen. Dabei nutzen die GaLaBau-Unternehmen diese Chance recht unterschiedlich. Spitzenreiter mit neun beziehungsweise acht Betrieben waren Nordrhein-Westfalen und Bayern. In anderen Bundesländern gab es nur vereinzelte oder gar keine Teilnehmer. Andererseits fand sich aber oft auch keine Schule oder nicht genügend Bewerber, um den Green Day auch durchzuführen.

Balbina Fuchs (Fuchs baut Gärten, Lenggries), im elterlichen Unternehmen für das Marketing zuständig, nimmt seit 2012 erfolgreich am Green Day teil und nennt die Gründe: Die Schulen scheuen den hohen Aufwand (Zeit, Buskosten, Aufsichtspersonal) eines solchen Außentermins. Deshalb fährt sie selbst in die Schulen. Dieses Jahr hatte sie 23 Mädchen vor sich und erläuterte ihnen anhand von Pflanzenkunde und Kurzfilmen der Azubis das Berufsbild und gab zusätzlich Bewerbungstipps. Mädchen interessieren sich vor allem für die Botanik, wie eine Frau in dem Berufsfeld ihren Mann steht und wie man sich



Balbina Fuchs (vorn Mitte) aus Lenggries informierte mit viel Spaß eine Mädchenklasse.

Foto: Fuchs baut Gärten



Gabelstapler-Einsatz für Dekorationszwecke bei Gartenhof Küsters, noch schaut Arne nur zu. Foto: Gartenhof Küsters

weiterbilden kann. Jungs fahren auf die Maschinen und die Arbeit im Freien ab, wollen aber auch etwas über die Verdienstmöglichkeiten wissen.

Um den „Green Day“ noch zu verbessern, wertet die Zeitbild Stiftung jedes Jahr ausgewählte Veranstaltungen anhand von Fragebögen aus. Dabei beurteilen sowohl die Veranstaltungsanbieter als auch Lehrkräfte und Schüler zu ihrer Meinung befragt. 2014 hielten über 90 Prozent der Anbieter den „Green Day“ für gut bis sehr gut zur Nachwuchsgewinnung geeignet. Die Lehrkräfte beurteilten den „Green Day“ zu über 80 Prozent als gut bis sehr gut zur Berufs- und Studienorientierung. Über 50 Prozent der Schüler konnten sich nach dem „Green Day“ vorstellen, bei ihrem „Green Day“-Anbieter eine Ausbildung oder ein Studium zu beginnen. (teba)

Für Fuchs baut Gärten ist der Green Day wirklich eine gute Gelegenheit, Nachwuchs zu akquirieren. Es hätten sich schon Praktikanten dadurch gefunden. Für 2016 sind ohnehin schon alle Ausbildungsplätze vergeben, aber für 2017 war das eine gute Werbemöglichkeit, so Balbina Fuchs.

25 Schüler der 11. Klasse des Louise-Schröder-Gymnasiums haben uns am Green Day besucht, erzählt Christoph May (May Landschaftsbau GmbH & Co.KG, Feldkirchen). Nach der Betriebsführung erfuhren sie, welche Anforderungen an Gehölze und Stauden in Bezug auf den Klimawandel gestellt werden und hörten Neues über die Pflanzenverwendung. Anschließend konnten die Schüler auf dem betriebseigenen Einschlag drei Zieräpfel einpflanzen, erzählt Nadja Grimm, die als Landschaftsbau-Management-Studentin gerade in ihrem Praxissemester ein Praktikum bei May absolviert. „Fünf bis sechs Jugendliche haben sich sehr für un-

sere Branche interessiert“, zieht Christoph May Resümee. Er hält seit Jahren auch über den „Green Day“ hinaus Kontakt zu Schulen. Wichtig sei es, im Vorfeld der Veranstaltung mit den Lehrern konkrete Absprachen zu treffen und den Schülern konkrete Inhalte zu vermitteln.

„Bei uns im Betrieb war ein junges Mädchen, das gerade Abitur macht, zum Green Day“, berichtet Birgit Salmen vom Unternehmen Klaus Kramer, Garten- und Landschaftsbau, Gewässerunterhaltung (Geseke). „In einem Tag kann man zwar nicht so viel zeigen, aber der Jugendliche erhält einen ersten Eindruck von unserem Betrieb.“ Die Schülerin hat ihren Besuch genutzt, um ihre Bewerbung für einen Ausbildungsplatz abzugeben. Für den Ausbildungsstart 2016 ist man bei Kramer optimistisch. Drei weitere potenzielle Bewerber gibt es, die bereits Probe gearbeitet haben und so in den Betrieb hineinschnuppern konnten.

„Der Green Day war dieses

Jahr bei uns ein voller Erfolg“, berichtet Pirmin Müller-Bernhardt vom Fachverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Hamburg. „Sogar die Lehrerinnen waren begeistert“. Allerdings zeigte er sich enttäuscht, dass die Beteiligung seitens der Unternehmer – also der Verbandsmitglieder – zu wünschen übrig ließ.

Zwei Lehrerinnen und fünf Schüler der 7. Klasse einer Hamburger Stadtteilschule hatten den Verband besucht, um mehr über die Branche zu erfahren. Unter dem Motto „Steig mir aufs grüne Dach“ stand der Green Day dieses Jahr beim Hamburger Fachverband, was durchaus wörtlich gemeint war. Neben theoretischem Wissen zum Klimawandel und zur extensiven und intensiven Dachbegrünung konnten die Schüler auch selbst Hand anlegen, indem sie ein kleines Modell selbst bepflanzen konnten. „Anschließend haben wir noch die Speicherkapazität berechnet“, ergänzt Müller-Bernhardt.

Da die Schüler in der Stadtteilschule gerade einen Schulgarten anlegen wollen, waren sie besonders an Pflanzen interessiert, die sie dort pflanzen können. So lernten sie beispielsweise am „Green Day“ Lavendel, Majoran und Thymian kennen. Fragen kamen auch, wo man ein Praktikum absolvieren könne und wie eine Ausbildung verlaufe. „Besonders bei einem Schüler, der sich auch sehr für Maschinen interessiert, war das Interesse an der Ausbildung sehr groß“, so Müller-Bernhardt. Wichtig sei es, bei den Jugendlichen Interesse an dem abwechslungsreichen Beruf zu wecken und deutlich zu machen, wie vielfältig die Branche ist.

Beim Gartenhof Küsters (Neuss) meldeten sich drei Teilnehmer an. Für die beiden 13 und 14 Jahre alten Förderschüler aus dem 69 Kilometer entfernten Gelsenkirchen käme eine Ausbildung aufgrund der Entfernung zwar nicht in Frage, der 14-jährige Realschüler Arne aus der Nähe zeigte aber großes Interesse, sowohl an der Landschaftsarchitektur als auch an einem Schnupperpraktikum während der Ferien sowie einem Schulpraktikum im kommenden Jahr. Ihm gefielen auch das angenehme Arbeitsklima und der Umgang der Mitarbeiter untereinander bei Küsters. ■

So funktioniert die Aktion

Die Zeitbild-Stiftung in Berlin kümmert sich um die Organisation des „Green Day“. In ihrer Datenbank sind Unternehmen auf der einen Seite und Schulen auf der anderen Seite gespeichert, die Kontakt zueinander knüpfen sollen. Die Datenbank wird stets mit neuen Unternehmen erweitert, die auf ein Angebot angesprochen werden können. Bei der Teilnahme beobachtet die Stiftung seit 2012 ein kleines Auf und Ab. Lag die Zahl im letzten Jahr bei 160, konnten in diesem Jahr 130 Angebote ausgeschrieben werden. Wie lässt sich die Resonanz am Green Day beeinflussen? „Wir sprechen Lehrkräfte telefonisch oder per Mail an, um auf den

Green Day aufmerksam zu machen“, berichtet Ulrike Eichtentopf von der Zeitbild Stiftung. Die Kontaktaufnahme gestaltet sich oftmals schwierig von Berlin aus, erzählt sie, denn man erreiche die Lehrer meist nur in den kurzen Pausenzeiten. Oftmals wurde aus Zeitgründen (das kurze Winterhalbjahr) abgesagt. Außerdem lehnten viele Schulen ab – besonders im ländlichen Bereich – weil sie den Aufwand als zu groß einstufen. Letztendlich hängt eine Beteiligung nur am Interesse der einzelnen Lehrer, sieht man in Berlin. Die gelte es, zu motivieren. Dann hat der Green Day auch in Zukunft Erfolg. Wer einmal mit seinen Schülern dabei war, ist meist begeistert.