

Protokoll zur Lernortkooperation am Montag, den 17.11.2025 an der BS02

Protokoll: Matthias Dreyer

Tagesordnung

1. Begrüßung und Vorstellung
2. Organisatorisches
3. Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel
4. Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z
5. Word Café: neue Ideen entwickeln (Austauschrunden und individuelle Auswertung)
6. Verschiedenes
7. Abschluss und Feedback
8. Austausch und Einzelgespräche

Hinweis: sämtliche Präsentationsfolie sowie Fotos der Ergebnisse befinden sich im Anhang

1. Begrüßung und Vorstellung

Begrüßung und Vorstellung der an der LOK-Beteiligten Vertretergruppen durch den stv. Vorsitzenden Herrn Dreyer um 15:00 Uhr.

2. Organisatorisches

Das Protokoll der LOK vom 18.11.2024 wird verabschiedet. Es wird auf die Homepage der BS02 und die Möglichkeit von Downloads verwiesen. U.a. können dort die Protokolle zur LOK heruntergeladen werden.

3. Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel

Es folgt eine Podiumsdiskussion zum o.g. Thema, an der die folgenden Personen teilnehmen:

- *Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)*
- *Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)*
- *Frau Nolte (EH Verband Nord)*
- *Frau Schafranski (DM)*
- *Frau Hamester (Budnikowsky)*
- *Herr Lampe (Bauhaus)*
- *Herr Toppel (BS 02)*
- *Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)*

Die Podiumsdiskussion sowie die folgenden Tagesordnungspunkte werden durch Frau Kuckella und Herrn Sahlmann vom Landesinstitut moderiert.

4. Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z

Herr Jacobsen hält einen Vortrag zum oben genannten Thema.

5. Word Café: neue Ideen entwickeln (Austauschrunden und individuelle Auswertung)

Es findet ein Austausch zwischen den TeilnehmerInnen der Lernortkooperation im Format World Café zu folgenden Fragestellungen statt.

- *Was macht aus Ihrer Sicht einen Ausbildungsplatz attraktiv?*
- *Was ist schon erfolgreich? (Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel)*
- *Was könnte man im Einzelhandel neu ausprobieren? (Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel)*

Im Anschluss erfolgt ein Auswertungsrundgang zu der Fragestellung.

- *Welche Ideen nehme ich aus der heutigen Veranstaltung mit?*

6. Verschiedenes

Es gibt keine Meldungen zu diesem Tagesordnungspunkt.

7. Abschluss und Feedback

Die TeilnehmerInnen nehmen an einem Feedback zur diesjährigen themenzentrierten Lernortkooperation teil.

8. Austausch und Einzelgespräche

Es schließen sich an die gemeinsame Sitzung Gespräche zwischen den Betriebs- und Lehrervertretern an. Die Sitzung endet um 18:00 Uhr.

Herzlich willkommen zur Lernortkooperation 2025



Gewinnung von neuen Auszubildenden im Einzelhandel

Begrüßung und Vorstellung



Protokoll zur Lernortkooperation

-

Mo, 18.11.2024 15.00 – 17.00



- Das Problem der Gewinnung neuer Azubis ist aus unterschiedlichen Perspektiven umrissen.
- Die verschiedenen Akteure haben Ideen für die Problemlösung geteilt und gemeinsam neue Ideen entwickelt.
- Die Akteure haben sich über die aktuellen Themen ausgetauscht.



Ablauf

Zeit	Inhalt
15:00 h	Begrüßung und Vorstellung
15:05 h	Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel
15:45 h	Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z
16:10 h	Pause
16:25 h	World Café: neue Ideen entwickeln. Austauschrunden und Individuelle Auswertung
17:45 h	Abschluss und Feedback
ca. 18:00 h	Austausch und Einzelgespräche



Podiumsgespräch



Statement: Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die vielfältigen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten dieser Branche zu sensibilisieren, Ihnen realistische aber zugleich attraktive Perspektiven aufzuzeigen.“

Statement: Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Vielfalt und die Attraktivität im Einzelhandel darzustellen.“

Statement: Frau Nolte (EH Verband Nord)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel sehe ich in den (falschen) Vorstellungen der Schulabsolventen, denen nicht bewusst ist, dass die Einzelhandelsbranche nicht nur spannend ist, sondern von hoher gesellschaftlicher Relevanz.“

Statement: Frau Schafranski (DM)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, den Einzelhandel attraktiv für den Nachwuchs zu gestalten. Unser Job ist nicht die letzte Wahl, sondern ein sicherer Job mit Zukunft und Perspektive.“

Statement: Frau Hamester (Budnikowsky)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, das nach wie vor bestehende negative Image des Berufsbildes der Verkäufer:innen und Kaufleute. Zentrale Aspekte sind hierbei die als zu gering bewertete Vergütung sowie als wenig attraktiv empfundenen Arbeitszeiten.“

Statement: Herr Lampe (Bauhaus)

„Bauhaus hat es geschafft, die Bewerberzahlen in den letzten beiden Jahren mehr als zu verdoppeln.“

Statement: Herr Toppel (BS 02)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Arbeitszeit, die in anderen Ausbildungsberufen deutlich besser mit privaten Aktivitäten kombinierbar ist.“

Statement: Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die Branche zu begeistern und ihnen langfristige Perspektiven aufzuzeigen – trotz Konkurrenz anderer Ausbildungsberufe und des oft unterschätzten Images des Einzelhandels.“

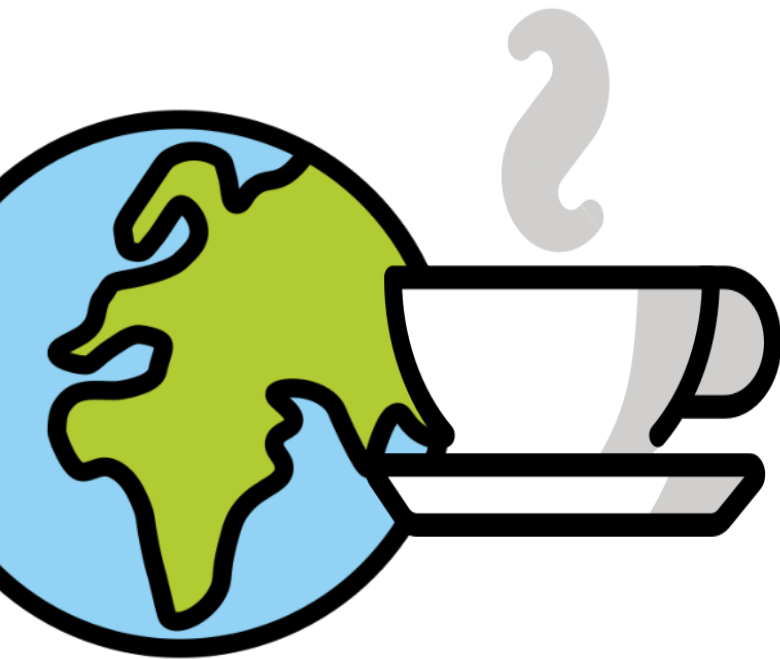
Statements

Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die vielfältigen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten dieser Branche zu sensibilisieren, Ihnen realistische aber zugleich attraktive Perspektiven aufzuzeigen.“
Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Vielfalt und die Attraktivität im Einzelhandel darzustellen.“
Frau Nolte (EH Verband Nord)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel sehe ich in den (falschen) Vorstellungen der Schulabsolventen, denen nicht bewusst ist, dass die Einzelhandelsbranche nicht nur spannend ist, sondern von hoher gesellschaftlicher Relevanz.“
Frau Schafranski (DM)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, den Einzelhandel attraktiv für den Nachwuchs zu gestalten. Unser Job ist nicht die letzte Wahl, sondern ein sicherer Job mit Zukunft und Perspektive.“
Frau Hamester (Budnikowsky)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, das nach wie vor bestehende negative Image des Berufsbildes der Verkäufer:innen und Kaufleute. Zentrale Aspekte sind hierbei die als zu gering bewertete Vergütung sowie als wenig attraktiv empfundenen Arbeitszeiten.“
Herr Lampe (Bauhaus)	„Bauhaus hat es geschafft, die Bewerberzahlen in den letzten beiden Jahren mehr als zu verdoppeln.“
Herr Toppel (BS02)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Arbeitszeit, die in anderen Ausbildungsberufen deutlich besser mit privaten Aktivitäten kombinierbar ist.“
Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die Branche zu begeistern und ihnen langfristige Perspektiven aufzuzeigen – trotz Konkurrenz anderer Ausbildungsberufe und des oft unterschätzten Images des Einzelhandels.“





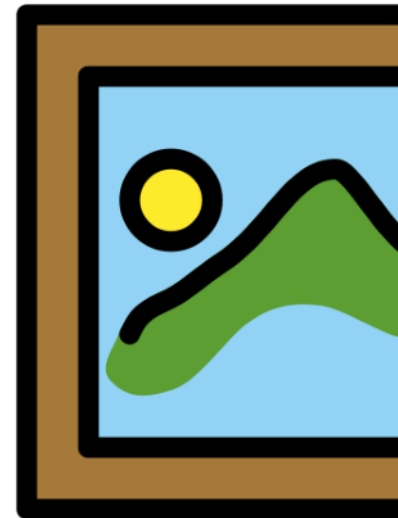
Austausch im Format: World Café



- In einem World Café kommen Sie an Ihrem Tisch strukturiert ins Gespräch.
- Sie haben die Möglichkeit, sich in zwei Austauschrunden zu unterschiedlichen Fragestellungen auszutauschen und Ihre Ideen festzuhalten.
- Im Anschluss haben Sie noch Zeit, die Ergebnisse der anderen Tische zu erkunden.

World Café – Rahmen und Rollen

Leitlinien	„Gastgeber“
<ul style="list-style-type: none">• Zu Beginn einigen Sie sich auf einen „Gastgeber“. Alle anderen sind „Gäste“.• Wichtige Aspekte werden schriftlich festgehalten.• „Gäste“ verteilen sich nach Aufforderung an einen anderen Tisch.	<ul style="list-style-type: none">• Bleibt am selben Tisch.• Begrüßt nach dem Wechsel die „Neuen“.• Ermuntert zu kommunizieren, zu notieren und zu zeichnen.• Sorgt für einen „roten Faden“.



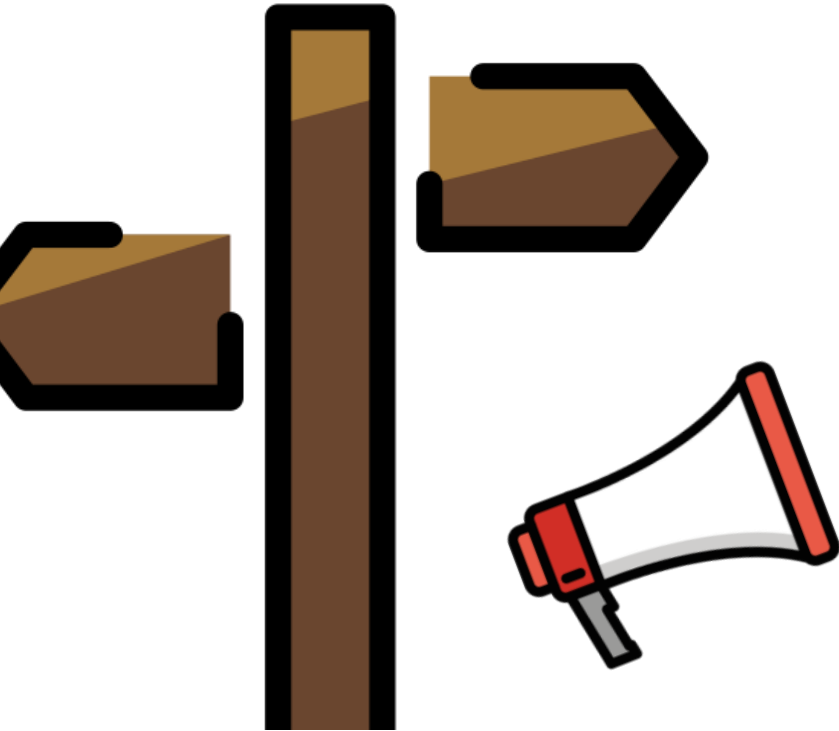


Stellen Sie sich vor, Sie sind ein
Jugendlicher des 21. Jahrhunderts:



Was macht aus Ihrer
Sicht einen
Ausbildungsplatz
attraktiv?

Wechsel des Tisches



- Alle „Gäste“ verteilen sich bitte auf unterschiedliche Tische.
- Alle „Gastgeber“ bleiben bitte an ihren Tischen.

Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel:



- Was ist schon erfolgreich?
- Was könnte man im Einzelhandel neu ausprobieren?

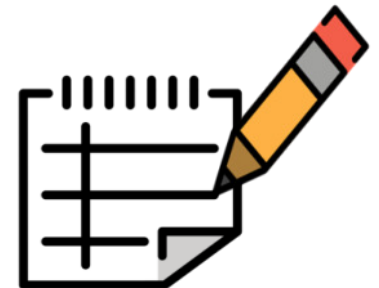


Halten Sie bitte die wichtigsten Aspekte auf Moderationskarten fest.

Besuchen Sie die anderen Tische und betrachten Sie deren Ergebnisse.



Welche Ideen nehme ich aus der heutigen Veranstaltung mit?



Halten Sie bitte die wichtigsten Erkenntnisse auf Ihrem „Spickzettel“ fest.

Verschiedenes

...



Feedback zur Lernortkooperation 2025



QR-Code scannen, um zur Umfrage zu gelangen

Austausch mit den LehrerInnen



**Danke für die
(Lernort-) Kooperation!
Gute Heimfahrt!**





Jung. Laut. Anders.

Gen Z in der Arbeitswelt

November 2025



Was beschäftigt und prägt die Generation Z?

2001-10

Die Kindheit im „Nachbeben“

01: 11/09 & Krieg gegen Terror

04: Tsunami im Indischen Ozean

07: iPhone Einführung

08: Weltfinanzkrise



2011-19

Ära des sozialen & politischen Erwachens

11: Nuklearkatastrophe von Fukushima

15: Geflüchteten-Krise

16: Brexit & Wahl von D.Trump

17: #MeToo-Bewegung & Geschlechterdynamik

18: Fridays for Future (Klimastreiks)

2020-heute

Die Ära der „Polykrise“

20: COVID-19 Pandemie

20: George Floyd & BLM-Proteste

21: Sturm auf das US-Kapitol

22: Invasion der Ukraine

23: KI-Boom

23: Israel-Gaza-Konflikt

23: Krise der Lebenshaltungskosten



Holger Jacobsen
Industry Leader
Google





„Die Gen Z ist nicht nur „anders“ – sie erzwingt eine grundlegende Neuausrichtung der Erwartungen am Arbeitsplatz, angetrieben durch **globale Instabilität** und **ständige digitale Vernetzung.**“

Wer ist die **Gen Z**?

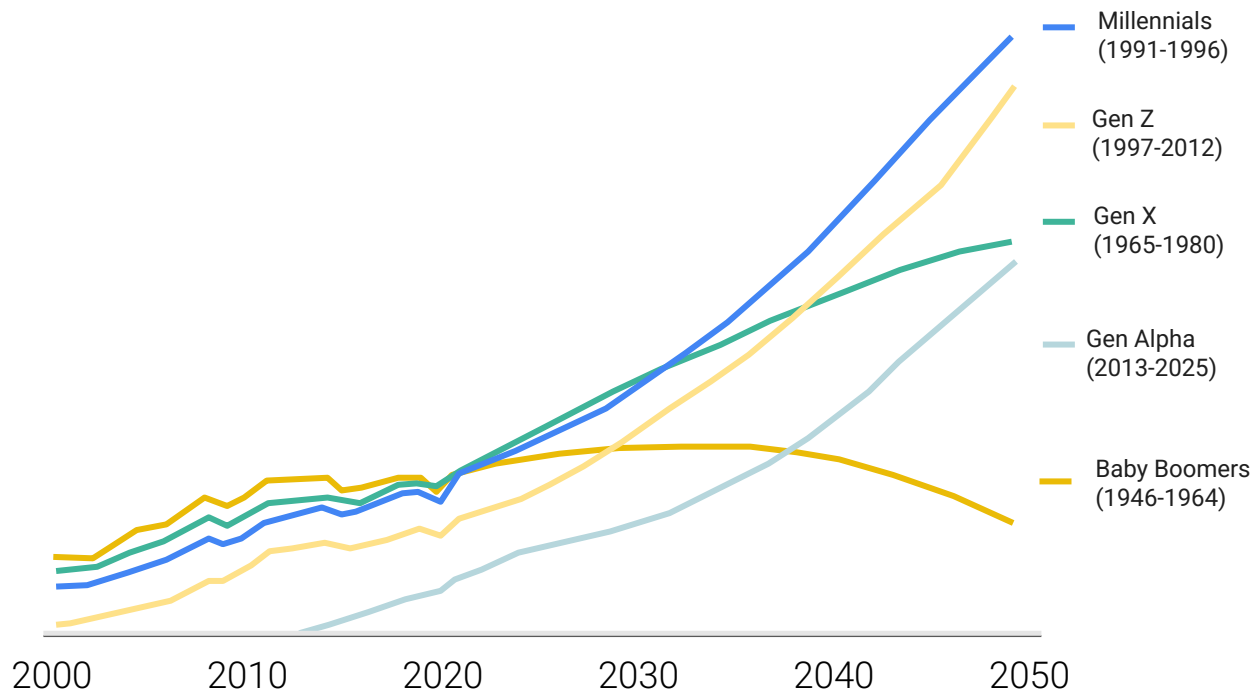
Die „Generation Z“ umfasst Personen, die zwischen 1996 und 2010 geboren wurden.

Die Identität dieser Generation wurde durch das digitale Zeitalter, die Klimakrise, Finanzkrisen, Kriege und COVID-19 geprägt.



Die Gen Z wird das **Wirtschaftswachstum** von morgen bestimmen.

Weltweite Ausgaben der Bevölkerung nach Generationen.



Bis 2034
wird die
Gen Z
Weltweit
fast 8B Euro
zusätzlich
ausgeben.

Die Gen Z wird schnell zur dominierenden Arbeitskraft, ist aber von **tiefer finanzieller Instabilität** geprägt.

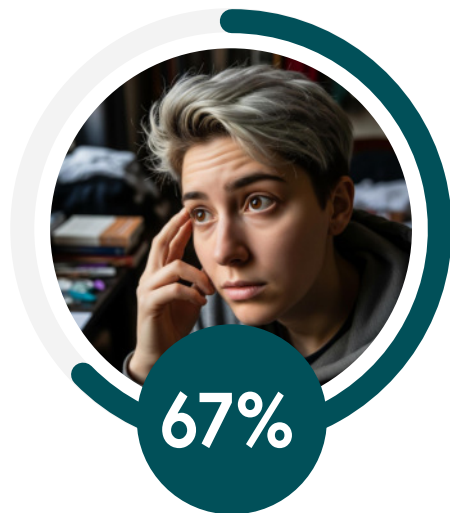
1 von 3

ArbeitnehmerInnen wird global
bis 2030 von der Gen Z sein

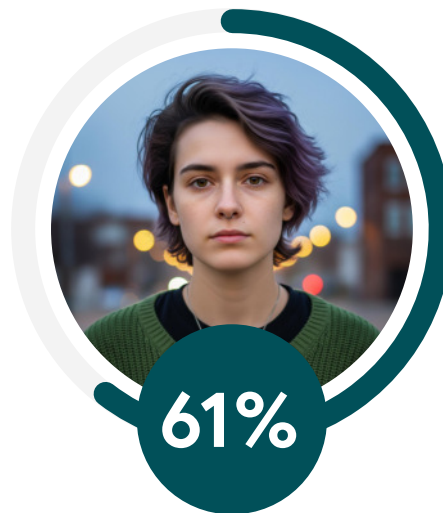
Ich fühle mich finanziell nicht sicher.



Die Ereignisse der Welt belasten die Gen Z.



Der Gen Z fällt es schwer, sich angesichts der kritischen Probleme der Welt zu entscheiden, worauf sie sich konzentrieren soll.



Der Gen Z fühlen sich machtlos, wenn es darum geht, die Probleme der Welt zu lösen.

Die Gen Z sieht Arbeit als einen **Bestandteil des Lebens**, nicht als den Kernfokus.



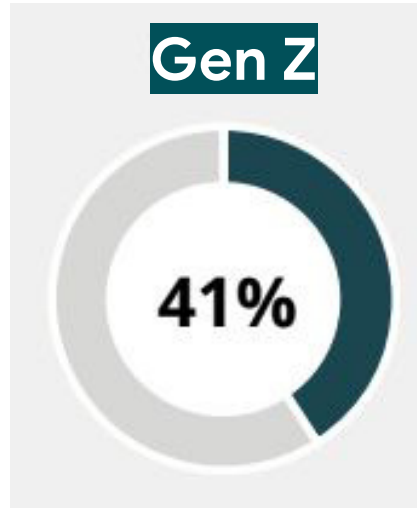
Nur,

6%

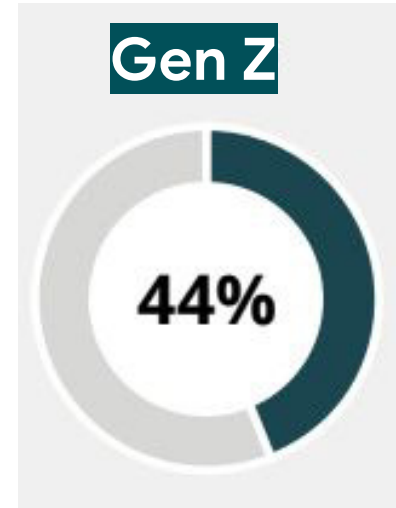
der Gen Z geben an, dass ihr primäres Karriereziel darin besteht, eine Führungsposition zu erreichen, wobei sie stattdessen die Work-Life-Balance priorisieren.

Die Gen Z fordert **ethische Übereinstimmung**. Die Werte eines Arbeitgebers müssen mit ihren **eigenen persönlichen Prinzipien** übereinstimmen, andernfalls werden sie gehen.

Wie sich Sinnfindung auf Karriereentscheidungen auswirkt



Ich habe bereits einen Arbeitgeber aufgrund persönlicher Ethik abgelehnt.

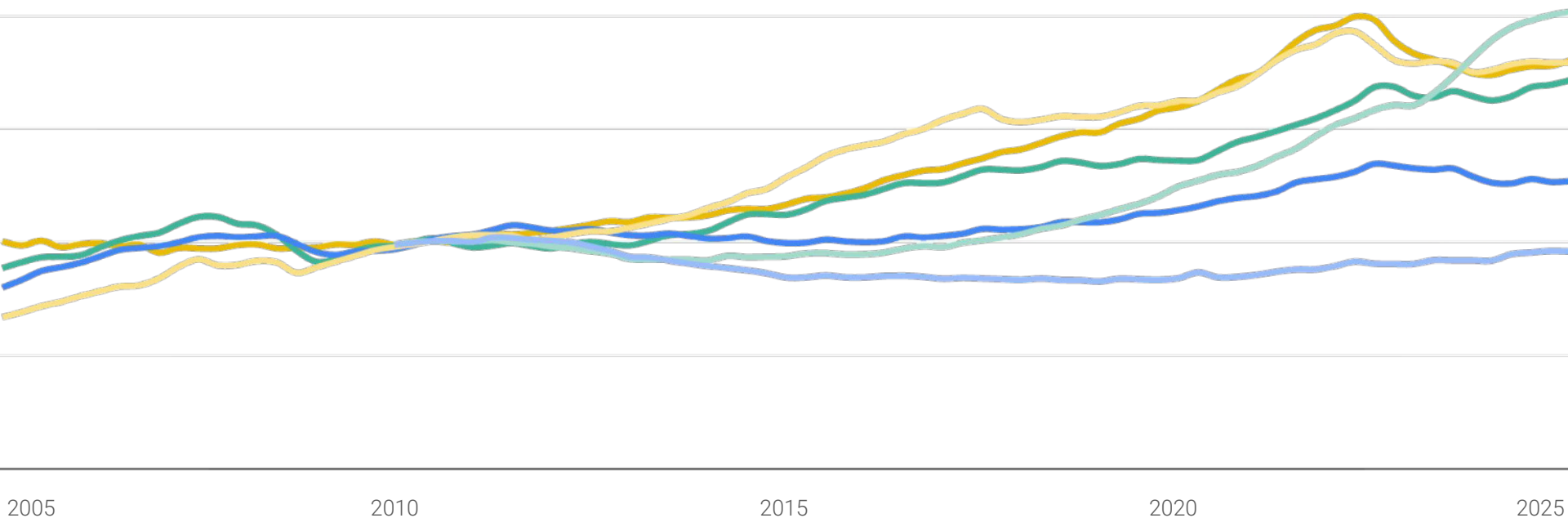


Ich habe schon einmal eine Stelle aufgrund fehlender Werte gekündigt.

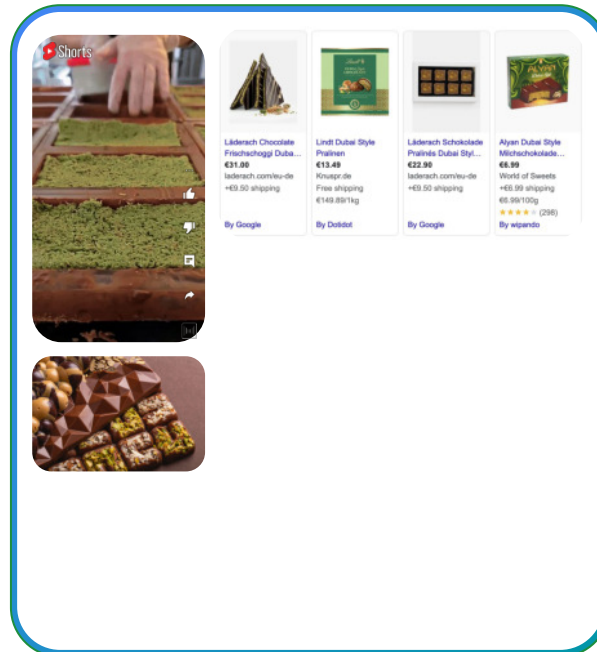
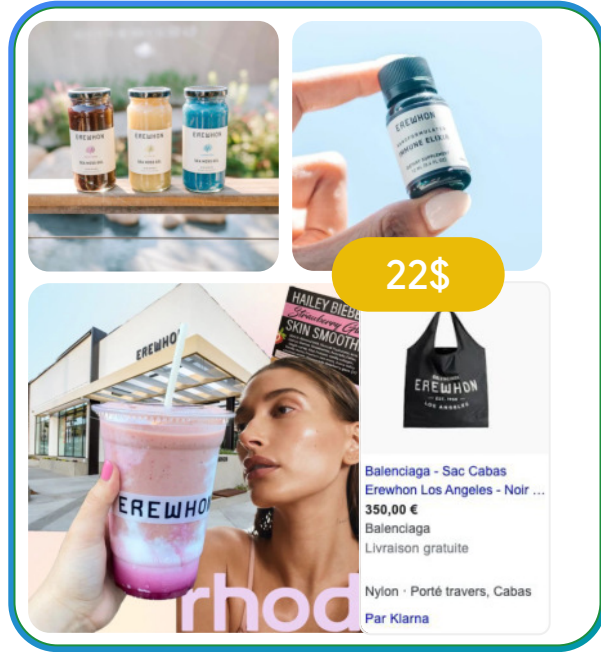
Traditionellen Meilensteinen, wie Wohneigentum, fühlt sich für die Gen Z **unerreichbar** an.

Hauspreisindex (2010 = 100) – vierteljährliche Daten

Germany United Kingdom France Sweden Poland Italy



... daher wenden sie sich **weniger traditionellen Wegen** zu, um ihren Erfolg zu signalisieren.



Die Remote-Native-Denkweise: Flexibilität als Standard



75%

wollen flexible
Arbeitsmodelle (Remote,
Hybrid)

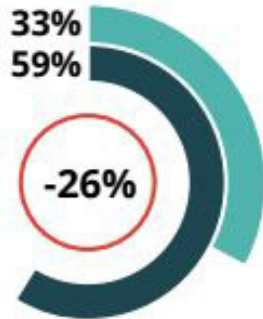
60%

der Gen Z und Millennial Mitarbeitenden
fühlen sich gezwungen, traditionelle
Arbeitszeiten einzuhalten

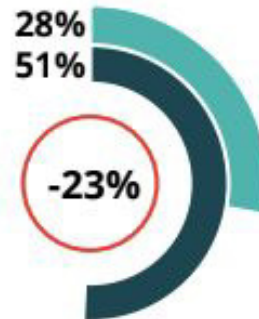
Diese unabhängige Generation fordert **klare Leitplanken** und **Struktur**. Sie brauchen **Manager als Mentoren**.

Gen Z Erwartungen vs. Realität

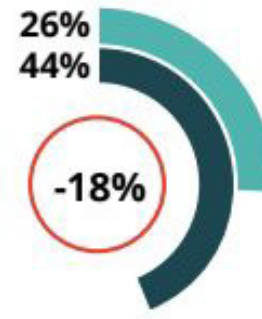
Anleitung und
Unterstützung bieten



Inspirieren und
motivieren



Grenzen
setzen



■ Erwartung ■ Realität

Vom **Boss** zum **Mentor & Coach** mit klaren **Werten**

Manager



Mentor & Coach

**Was
+
Warum**

**Werte
Werte
Werte**

Wie geht Google damit um?

Offene Kommunikation & psychische Sicherheit

- TGIF & Dory
- Transparente Ziele
- Mikroküchen

Zusammenarbeit & Teamarbeit

- Googlegeist, Manager Survey
- ERGs, Culture Club
- G2G coaching

Vielfalt & Inklusion

- Ziele für alle
- Bias Trainings
- What & How

Anerkennen und feiern

- Feedback
- Kudos
- Peer Bonus

Wachstum & Entwicklung

- 10% Learning
- Voyager & 20%
- Hallpass



Let's get

uncomfortably

excited



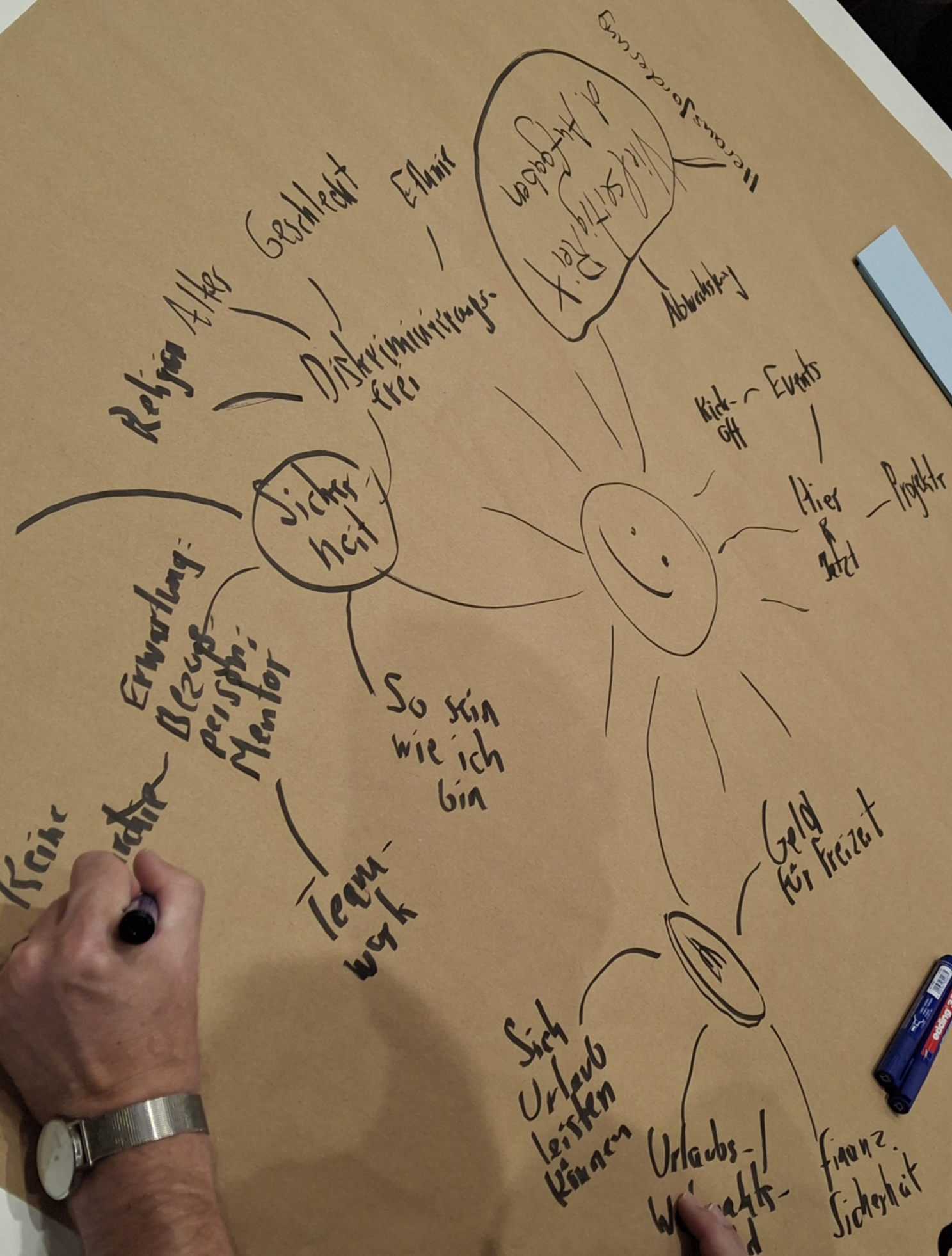
Jung. Laut. Anders. Gen Z ist die Zukunft.

Fragen? Lasst uns sprechen.

Holger Jacobsen | Industry Leader, Google

BS02 Hamburg | November 2025





Gute
Aufstiegsmöglichkeiten



Gute
Perspektiven /
Transparenz

Körperliche /
Mentale Gesund-
heit

Wertschätzung
seitens des Betriebes

Hybride
Arbeitsmöglichkeiten

Gutes
Gehalt bzw.
Verdienst-
möglichkeiten /
Faire
Vergütung

ich muss mich
mit dem Betrieb
identifizieren können

Ausbilder als
Coach

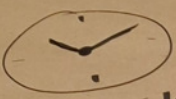
herausfordernde
Aufgaben

positive
Fehlerkultur
↳ Chancenorientierung

Der Ausbildungsplatz
muss mir
Spaß machen

Spickzettel

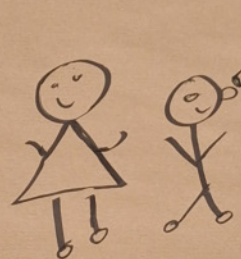



Arbeitszeiten, die zum
Leben passen.

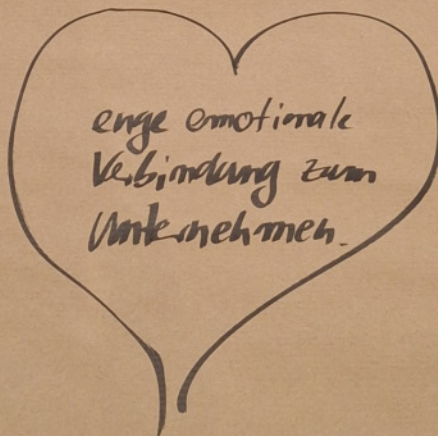
Respekt /
Wertschätzung der
Individualität

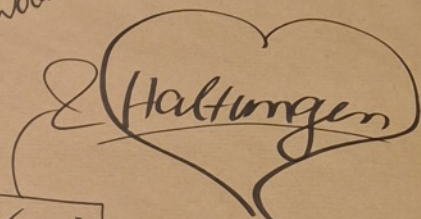
hinreichendes
Reallohn
[\$\$\$]
(auch für das Leben in der
Großstadt)

Work-life-
balance


Perspektive
nach der Ausbildung
(nicht erst 2 Wochen v. Ende)

"Goodies"
außerhalb der eng-
geführten Tätigkeit
Selbst.


enge emotionale
Verbindung zum
Unternehmen.


Werte, die auch
gelebt werden
(auch von dem direkten
Vorgesetzten)

Team-Veranstaltungen
Arbeits-Ausflüge
Anerkennung
(z.B. Geburtstag, Kleidung etc.)

Benefits als

flexible Arbeitszeiten
abschlagsreich

Verantwortung
eigene Regeln

(Bewertung)
auch
30h/Woche
Bewertung
Bewertung

+

mehr Urlaub als
Konturraz im Markt
bieten
Geburtsstern

Tiefer Einblick
↳ hinter die Kulissen

Verantwortung
Corporate Identity

Passende und
transparente
Unternehmenswerte

Vertrauen
Hilfsmittel &
Unterstützung

Auslands-
praktika
↳ Vernetzung

Hamburg

Spickzettel LOK 17.11.2025

Diese Ideen nehme ich in den Betrieb / die Schule mit:

Diese Diskussion treibe ich in meinem Betrieb / meiner Schule

ähnliches Highlight für heute ist:



Werk-Life-Balance:
ich möchte auch meinen
Hobbys nachgehen können

Arbeitsplatzentwicklung

gute Bezahlung
Berufliche Perspektive

Hilfestellungen
bekommen

„Ich möchte
mein Leben
genießen“

Kudos

„Ich möchte
Feedback“

gutes Betriebs-
klima

nettes
Team

„Ich möchte
gesehen
werden.“

„Ich wünsche
zeitl. Flexibilität“

„Ich brauche
neben Vollen-
zeiten
eine
Person.“

Das
Warum!?
(Sinnhafte
Aufgaben)

Identifikation
mit dem
Betrieb
(Image)

Spickzettel LOK 17.11.2025

Diese Ideen nehme ich in den Betrieb / die Schule mit:

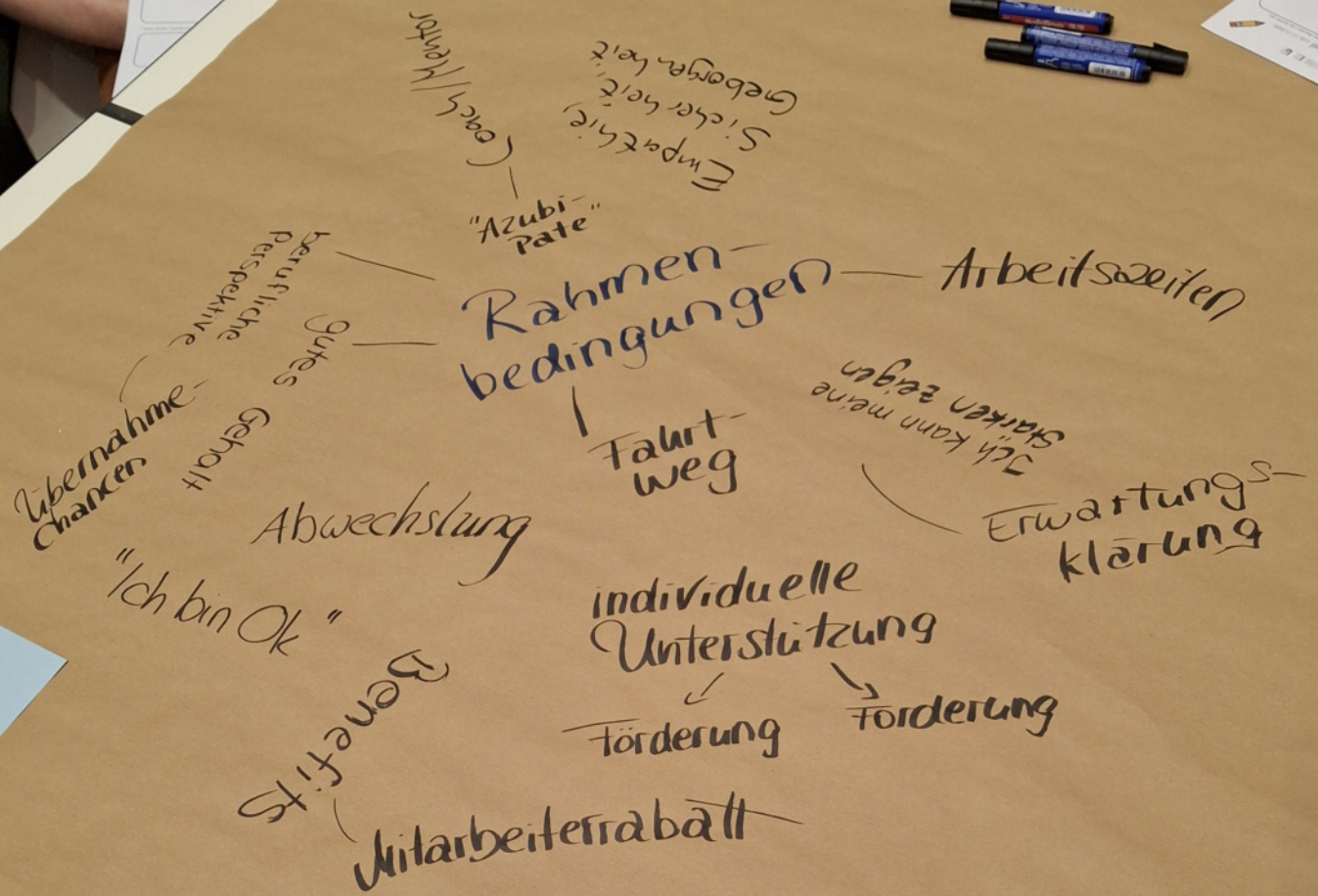
Diese Diskussion treibe ich in meinem Betrieb / meiner Schule voran:

Mein persönliches Highlight für heute ist:

Spickzettel LOK 17.11.2025

Diese Ideen nehme ich in den Betrieb / die Schule mit:

Diese Diskussion treibe ich in meinem Betrieb / meiner Schule voran:



Spickzettel Lok 17 11 2025

Bitte leeren Sie sich in den Blöcken / die Blöcke aus.

Diese Diskussion findet sich in meinem Gedächtnis / meiner Notiz.

Mein persönliches Angebot für heute ist:

Spickzettel

Bitte leeren Sie sich in den Blöcken / die Blöcke aus.

Diese Diskussion findet sich in meinem Gedächtnis / meiner Notiz.

Mein persönliches Angebot für heute ist:

selbstkontrolle
-Zukunftsperspektiven

gute Ernährung

guter Ruf

attraktive
Bezahlung

zügelmäßige
Unterstützung

flexible
Arbeitszeiten

Work-Life-Balance

erfolgreich

Azubi-projekte

Unterstützung im
pers. Bereich

Azubis in die
Schulen / Social Media

"Rein in die Konfliktzone
mit dem Ausbilder
→ dm (Azubi zeigt Konfliktzone
dem Ausbilder)"

Azubis = echte
"add-on"

fairer Umgang
mit Azubis

Geld, Geld,
Geld → Gehalt ↑

im ETT
ausprobieren

Kontakt zur
STS in der Nach-
barschaft

Probearbeiten

Auslands-
Praktika

Super attraktive
Einstiegspraktika

geringe Hürden
der Bewerbung

Soziale Beziehung
vor
Arbeitsbeziehung

4-Tage-Woche

100 € für jede
1 im Zeugnis

Supermarkt-
einkaufskarten als
Goodie pro Monat

Achtung: 1 schlechtes
Praktikum verbrennt
die ganze Branche.

Kein

Sonst wird d

Tipp

Flex.
bei Gehalt & Urlaub

Wechsel in DL
(welt weit)

ERASMUS -
Auslandspraktika

Mentor Zeit
für Azubis

Abwechslungs-
reich

Sportangebote

Urlaub
(Reise)

(kleine)
Verantwortungs-
bereiche

Top

Praktika

Trainingscamps

Zusammenarbeit
mit der
JBA

"Klamotten -
Gutscheine"
(300€)

eigenständige
Arbeitsverteilung

Auslands-
praktika

Übertragung
von Verantwortung
Rollenwechsel

gleitzeit

benefits

4 Tage Woche
(bei vollem Lohnausgleich)
für 3 Monate

Teamgeföhle

Mentorm/2
Coaching

Transparenz +
Wertschätzung



Vermarktung

...und red' drüber!

Basis

Die Gutes...

qualitative
Ausbildung
(→ spricht sich rum)

passendes
"Angebot"
bieten

Teilhabe
an Zeitplanung

Teilhabe an
Unternehmens-
entwicklung

Perspektiven
im Unternehmen

Teilzeit -
Ausbildung

gutes
Betriebsklima
(→ spricht sich rum)

vernünftige
Sozialräume

flache
Hierarchie
(Augenhöhe)

Ausprobieren
(spannend gestalten)

Challenges

Praktika,
die einem Konzept
folgen (Challenges, Aufgaben/Aufträge)

Azubis werben
Azubis

- auf Messen
- auf Social Media
- Aktionen planen

Schon erfolgreich

NEU

Praktika
(flexible Länge)

Karriere
Seiten

Interne
Werbemittel

Benefits
→ monetär
→ persönlichkeitsentwickelnd
→ sozial
→ Zeit

"Buddysystem"
bei Praktikanten

mehr Präsenz
an Schulen

Probearbeiten

Social
Media

Azubistamm-
tisch

Schon
erfolgreich

Neu ♡

Praktika

Mitgestaltung
des Teamplans
+ Urlaubszeiten

Zeitige Bindung an
den Betrieb
(Grillparty)

Messen

Benefit
(Wahlmöglichkeiten)

CI - vermitteln
Unternehmenswerte
vermitteln und vorleben

WG - Wohn-
ungen

flexible(n) AZ
anbieten
(Freizeit?)

Tag der off. Tür
in Schulen

Soziale Hilfestellung
"Begleitung"
während der Ausbildung

Vertrauens-
person / Patk

Übergangs-
programm (AZ?)
Schule → Betrieb

KLAPPT 😊

FIRMEN -
WOHNUNG ✓

JOB RAD ✓

WELPASS ✓

Auswahl-tage
⇒ Praxis tag
⇒ Arbeitsvertrag
kennenlernen ✓

Azubi-zulage ✓

CORPORATE
BENEFITS ✓

Werte • basiertes
Unternehmen ✓

ARBEITSKLIMA,
FEIERN ✓

FLEXIBLE
ARBEITSZEITEN
+ HOME OFFICE ✓

PSYCHISCHE
ERSTHILFER ✓

AZUBI -
PATENSCHAFTEN ✓

PMA • ✓
Service
(Familienservice)

NEUES

GUM =
"JUNGENWIRTS-
CHAFT" ?

messe
⇒ Aufgaben wie im
Auswahl-tag ✓

Aktiv digitale
Ansprachen
⇒ Schulklassen einladen ✓

HAMBURGER
FERIENPROGRAMM ✓

TESTIMONIAL
ÜBER SOCIAL
MEDIA ✓

Mädchen -
wirtschaft ✓

Tag der
WIR ✓