



Deutscher  
Caritasverband e.V.

Deutscher Caritasverband e.V. Postfach 4 20 79004 Freiburg

## **Ergebnisnotiz Fachtag „EiNZIGWARE“ am 30.01.2017 in Köln**

**Kath. Bundesarbeitsgemeinschaft  
„Integration durch Arbeit“ (IDA)  
im Deutschen Caritasverband e.V.**

Postfach 4 20, 79004 Freiburg  
Karlstraße 40, 79104 Freiburg  
Telefon-Zentrale 0761 200-0

Ihre Ansprechpartner  
Reiner Sans  
Telefon-Durchwahl 0761 200-588  
Telefax 0761 200-11 580  
Reiner.sans@caritas.de  
www.ida.caritas.de

Datum 14.03.2017

## **Standortbestimmung (Herrn Sans)**

Das Hauptproblem: Die Lage der BAG IDA-Beschäftigungsbetriebe und damit auch von EiNZIGWARE, ist so prekär wie die Lage der langzeitarbeitslosen Menschen, die sie beschäftigen. Langzeitarbeitslose haben nach wie vor ein schlechtes Image in Gesellschaft und Politik.

These Herr Sans: Das wird sich in nächster Zeit insoweit ändern, als in 2017 viele Flüchtlinge bei den Jobcentern „ankommen“ und die Jobcenter nicht so recht wissen, was sie mit den vielen Flüchtlingen tun sollen, die offensichtlich derzeit keine Chance auf dem ersten Arbeitsmarkt haben. Die Jobcenter werden hier zwangsläufig auch auf die Beschäftigungsträger zurückgreifen müssen. Prognose Herr Sans: Das Beschäftigungsfeld der BAG IDA wird Dank den Flüchtlingen in den nächsten Jahren einen gewissen Aufschwung erleben.

Bislang beteiligen sich von den 24 Mitgliedern beim Label EiNZIGWARE lediglich 5 Mitglieder aktiv an der Homepage (Einstellen von Produkten). Bislang generieren diese 5 Mitglieder nur relativ wenig Absatz/Erlös über die Webseite. Die BAG IDA hat in dieses Projekt in den vergangenen 20 Monaten nach Abzug der Mitgliedsbeiträge von 300€ pro Standort € 17.000,00 investiert. Es ist geklärt, dass es keinen auf Bundesebene administrierten zentralen Online-Verkauf geben können.

EiNZIGWARE hat Entwicklungs-Potential. Um dieses zu prüfen und zu entfalten, bedarf es einer mehrjährigen Anlaufzeit. Das Vorhaben lohnt sich, da die WARENMEISTER ihr Selbstbewusstsein stärken. Die derzeitigen mangelhaften gesetzlichen Grundlagen, die eine verlässliche und dauerhafte Zuweisung von Teilnehmenden verhindern, können von uns nicht beeinflusst werden.

Die Vereinbarung mit den Mitgliedern zur Nutzung des Labels läuft Ende 2017 aus. Es muss rechtzeitig eine Entscheidung getroffen werden, ob und wie diese Vereinbarungen erneuert werden.

Im letzten Quartal 2017 muss die BAG IDA unter Berücksichtigung und auf dem Hintergrund der Erfahrungen der Label-Mitglieder prüfen und entscheiden, welches Ziel mit der Homepage weiter verfolgt wird.

Zu klären wird auch sein, ob es eine bessere Vernetzung mit der Behindertenhilfe geben kann.

## Ergebnisse des Fachtages

Es herrscht Einvernehmen, dass Frau Woznicki eine wertvolle Unterstützung in der Öffentlichkeitsarbeit der Standorte gibt. Sie sollte von zeitraubenden Arbeiten, die die Standorte selbst übernehmen können – insbesondere das Einstellen von Produkten auf der Homepage – entlastet werden. Zu diesem Zweck wird sie einen Leitfaden/eine Anleitung für die Standorte entwickeln.

Herr Sans sagt zu, im DCV zu klären, ob es eine Möglichkeit gibt, dass z.B. für die Weihnachtspresents oder Weihnachts-Giveaways 2017 für EiNZIGWARE innerhalb des gesamten Verbandes geworben werden kann (siehe Ziel 2).

## Vereinbarte Ziele für 2017

- 1. Ziel:** Innerverbandliche Akzeptanz schaffen.  
**Wie?** Button auf der Startseite jedes Verbandes (eigenverantwortlich).  
Button Caritas-Marktplatz (Anna Woznicki) = bereits durch Frau Woznicki erledigt!  
**Umsetzung:** Bis Ende März
- 2. Ziel:** Ein gemeinsames Produkt entwickeln.  
**Wie?** Produktvorschläge bis 5 Euro (inklusive Schnitt/Anleitung) bis Ende April an Anna Woznicki. Eine Jury entscheidet welche Unikate sich für eine Kooperation eignen.  
Koordination über Anna Woznicki  
**Umsetzung:** Bis Ende April 2017 (dann Klärung Herr Sans wg. Giveaways (s.o.))
- 3. Ziel:** Fördertopf für die Arbeit mit Flüchtlingen aufturn.  
**Wie?** Reiner Sans informiert sich in Emmendingen bei einem Pilotprojekt. Gabriele Eckert (CV Konstanz) fragt bei dem Brüsseler Büro nach und informiert sich bei dem zuständigen Referenten Herrn Förster für Projektmittelberatung des DiCV Köln.  
**Umsetzung:** Bis Mitte Juli 2017
- 4. Ziel:** Jeder Betrieb ist bis Ostern mit mindestens drei Unikaten auf [www.einzigware.de](http://www.einzigware.de) vertreten.  
**Wie?** Fotos der Unikate plus Produktbeschreibung an [anna\\_woznicki@yahoo.de](mailto:anna_woznicki@yahoo.de), oder das Einstellen selbst auf wordpress übernehmen  
(Anleitung wordpress wurde bereits an die Betriebe versandt).  
**Umsetzung:** Bis Ostern 2017
- 5. Ziel:** Jeder Betrieb kann Unikate selbst auf der Internetseite einstellen.  
**Wie?** Anna Woznicki erstellt eine Anleitung, die den Betrieben zur Verfügung gestellt wird.  
**Umsetzung:** bereits durch Frau Woznicki erledigt!
- 6. Ziel:** Alle Betriebe schicken eine Pressemitteilung an die örtliche Presse.  
**Wie?** Anna Woznicki formuliert anlassbezogen eine Pressemitteilung für jeden Standort, in der jeder einzelne Betrieb seine örtlichen Gegebenheiten und eigene Zitate ergänzt.  
**Umsetzung:** Bis Ende Oktober 2017

7. **Ziel:** Jeder Betrieb tritt mit dem Label EiNZIGWARE gezielt mit einer Veranstaltung in die Öffentlichkeit.  
**Wie?** EiNZIGWARE wird der Presse und der Öffentlichkeit präsentiert. Anna Woznicki unterstützt bei der Öffentlichkeitsarbeit auf Anfrage.  
**Umsetzung:** Bis Ende des Jahres 2017

## Themen für einen weiteren Fachtag am 07.11.2017 in Köln

Bei einem weiteren Fachtag am 07.11.2017 sind die Anforderungen an die Qualität der Produkte, die unter dem Label EiNZIGWARE angeboten werden, zu diskutieren. Es besteht ein Spannungsverhältnis zwischen dem Ziel, hochwertige Produkte anzubieten und der Realität der Begrenzungen der zugewiesenen Teilnehmer: Nicht jeder Teilnehmende ist ein "WARENMEISTER". Deshalb ist es immer eine Herausforderung, eine gleichbleibende Qualität der Produkte sicherzustellen. Häufig werden derzeit auch „begabte“ Ehrenamtliche eingesetzt.

Einigkeit besteht, dass vom Label EiNZIGWARE eine mangelhafte Qualität auf keinen Fall akzeptiert werden kann, weil dadurch das gesamte Label in Misskredit gerät. Die Frage der konkreten Qualitätsprüfung ist noch offen.

Außerdem sollte eine Auseinandersetzung stattfinden: Sind Wirtschaftlichkeit und Förderung von langzeitarbeitslosen Teilnehmenden einander widerstreitende Ziele und kann eine wirtschaftliche Tragfähigkeit allein mit AGH-Teilnehmenden überhaupt erreicht werden?

Die Alternativen sollten diskutiert werden: Entweder Homepage als Mittel, Verkäufe erheblich zu steigern (Verkaufskanal) oder Beschränkung der Homepage als Plattform zur Bekanntmachung des Labels und Nutzung alternativer Verkaufswege (z.B. Dawanda).

Außerdem sollte eine weitere Vereinheitlichung der Labelkennzeichnung (z.B. einheitlicher Aufnäher) weiter diskutiert werden.

Für die Zusammenfassung:  
Claudia Elschenbroich/Reiner Sans/Christine Schopp/Anna Woznicki