

BAG Ida Sozialkaufhäuser Fachtagung am 11.02.2009

Sozialer Arbeitsmarkt / Sozialer Betrieb der Zukunft

Rückmeldung zum Vortrag „Ökonomisierung der Sozialarbeit“

- professionelle Vortragsweise / soz. Betrieb professionell verkaufen
- innerhalb eines Jahres aufgezogen / gute Umsatzzahlen
- Genossenschaft als Modell?
- volkswirtschaftliche Betrachtung eines sozialen Marktes
- Netzwerk von Ehrenamtlichen und Unternehmen
- marktorientierter Ansatz
- Qualitätsstandards
- Basisqualifikationen überall gleich
- enge Kooperation zw. Wirtschaft und Sozialem
- Werte! besser darstellen Wirtschaft braucht soziale Werte
- was ist Mittel / was ist Zweck?
(muss ganz klar sein!)
- es sind von Anfang an wirtschaftliche Projekte
- Plattform „Best Practice“
- Caritasbetriebe innerhalb der Caritasstruktur
- wer ist Zielgruppe des sozialen Arbeitsmarktes?
- Mischung macht es
- Entscheidung für die Zielgruppe der arbeitsmarktfernen (der Benachteiligten)
Menschen
- Inhalte und Zielsetzung mit der Zielgruppe
- betriebswirtschaftliche Kompetenz
- soziale Wertschöpfung / soziale Zielsetzung
- Marketing / Öffentlichkeitsarbeit
- Solidarität / bürgerschaftliches Engagement
- gesellschaftlicher Konsens, das es so etwas braucht (gesetzliche Grundlage)
- Langfristigkeit / Unternehmensform, die Kontinuität gewährleisten
- weg vom Projekt / unabhängig von öffentlichen Finanzierungen
- Trägerschaft / Kooperationen

BAG Ida Sozialkaufhäuser

Fachtagung am 11.02.2009

Arbeitsgruppe 1:

Sozialkaufhäuser und Jobperspektive – wie muss der § 16 e SGB II ausgestattet sein, damit er für Sozialkaufhäuser brauchbar ist?

- Pädagogische Begleitung muss gewährleistet sein.
- Aufbau von internen und externen betrieblichen Sozialdiensten zur sozialpädagogischen Begleitung muss ermöglicht werden
- Teilnehmerbezogene Qualifizierung sollte über das erste Jahr hinaus ermöglicht werden
- Wie werden Vermittlungshemmnisse „bearbeitet“ und gelöst?
- Es wird ein dauerhaft subventioniertes System der Beschäftigungsförderung für Zielgruppen benötigt, notfalls auch mit 100 % Subventionierung
- Dauerhafte sozialversicherungspflichtige Beschäftigung muss ermöglicht werden
- Die Leistungen der Arbeitnehmer und die Förderung der ARGE müssen sich entsprechen, d.h. z.B.; eine 10 %'ige Leistung des Arbeitnehmers muss eine 90 %'ige oder 100 prozentige Förderung möglich machen.
- Dauerhafte Förderung
- Der § 16 e muss in das Gemeinnützigkeitsrecht eingebaut werden
- Eine wertschöpfende Arbeit muss für den Arbeitnehmer und Arbeitgeber möglich gemacht werden.
- Die Kooperationen zwischen Wirtschaft und Caritas müssen ausgebaut werden
- Es müssen mehr Einsatzmöglichkeiten für die Zielgruppe auf dem ersten Arbeitsmarkt und in der Wirtschaft eingefordert/ermöglicht werden
- Die Akzeptanz für das Instrument / Beschäftigungsförderung muss erhöht werden.
- Es wird ein objektivierbares Instrument der Minderleistungsfeststellung benötigt.
- Die Overheadfinanzierung muss gewährleistet werden.

BAG Ida Sozialkaufhäuser

Fachtagung am 11.02.2009

Arbeitsgruppe 2:

Sozialkaufhäuser und Arbeitsgelegenheiten – wie viel ist erlaubt?

- Die Arbeitsgruppenmitglieder sprechen sich dafür aus, dass soziale Kaufhäuser für bedürftige und nichtbedürftige Kunden geöffnet sein sollen. Begründung: Normalitätsorientierung, Verhindert Stigmatisierung und Exklusion und schützt die Würde der Beschäftigten und der Kunden.
- Die BAG IDA soll ein Strategiepapier entwickeln und sich in der Politik, Regierung und BA und für den Einsatz von AGH in den Sozialkaufhäusern einsetzen. Die Richtlinien für AGH sollen den Einsatz von AGH in sozialen Kaufhäusern auch weiterhin zulassen.
- Die sozialen Kaufhäuser sind für viele AGH Beschäftigten eine nahezu ideale Einsatzstelle, da hier vielfältige Tätigkeiten und vielseitige Qualifizierungsmöglichkeiten gegeben sind.
- Die sozialen Kaufhäuser bieten für unterschiedlich leistungsstarke AGH und sonstig beschäftigte Personen einen geeigneten Rahmen.
- Die Marke soziale Kaufhäuser der Caritas durch einen einheitlichen Namen **fairKauf** könnte die politische Diskussion und das Bewusstsein für diese Arbeit stärken.
- Problematiken bei AGH: Die Zusätzlichkeit wird in nächster Zeit noch enger gefasst. Die AGH können inzwischen von den Leistungsträgern ausgeschrieben werden. Damit liegt nicht nur die Definitionsmacht bzgl. des Leistungsumfanges bei den Argen/Arbeitsagenturen, sondern auch, ob überhaupt noch AGH für soziale Kaufhäuser ausgeschrieben werden.
- Die sozialen Kaufhäuser sind auch weiterhin auf die Akzeptanz der Leistungsträger vor Ort angewiesen. Es wird auch weiterhin (leider oder Gott sei Dank) unterschiedliche Möglichkeiten vor Ort geben. Allerdings sind die Leistungsträger Herr des Verfahrens, die einerseits teils selbst durch die BA oder die Regionalagentur eingeschränkt werden, die aber andererseits uns Trägern gegenüber eine extrem große Macht haben.
- Es wurde hervorgehoben, dass die AGH weniger ein arbeitsmarktpolitisches, als ein sozialpolitisches Instrument sind. Dabei wurde in Erinnerung gebracht, dass kirchenintern AGH nicht unumstritten sind. Es wurde auch darauf hingewiesen, dass die Einengung der Instrumente auf die AGH / Prämienvariante problematisch ist.
- Die BAG IDA soll für die Träger ein Konzept zu Ausschreibungen von AGH erstellen und darin auch die Mindeststandards beschreiben.