



Arbeitsgruppe „Arbeit“

Zielgruppen: Menschen mit Behinderung und
Geflüchtete und Migranten

Kommune Inklusiv Schneverdingen

Projektzeitraum 01.07.2018 – 30.06.2023

DAS WIR GEWINNT

Wirkungen (Impacts)

7. Die AG nehmen wahr, dass sie mit ihren Problemen nicht alleine gelassen werden (geeignete Bewerber zu finden, nur unzureichend über Fördermöglichkeiten informiert zu sein, keinen festen Ansprechpartner zu haben, wenn es Probleme mit dem Mitarbeiter gibt). AG bauen mögliche Vorurteile gegenüber der Zielgruppe ab.

Wirkungen (Outcomes)

6. AG sind motiviert weiterhin ganz selbstverständlich Arbeitsplätze einzurichten, für einen Personenkreis, den sie sonst eher weniger berücksichtigen würde
5. AG machen erste Versuche mit dem Einstellen von Menschen der Zielgruppen.
4. AG verstehen ihre gesamtgesellschaftliche Aufgabe besser (direkter Beitrag zur Integration des Einzelnen, Beitrag zum Abbau gesellschaftlicher Vorurteile, Beitrag zum sozialen Frieden/ Zusammenhalt). AG kennen die relevanten Förderinstrumente.

Leistungen (Outputs)

3. Die Angebote werden angenommen. Die Arbeitgeber*innen lassen sich umfassend informieren.
2. Arbeitgeber*innen werden zu den Angeboten eingeladen.
1. Beratungsangebote für Arbeitgeber*innen durch Arbeitsmarktexperten (Arbeitsagentur, sachkundige Ehrenamtliche etc.) werden angeboten.

Maßnahme (Inputs)

Ideenaustausch, Kontaktpflege, schnelle Umsetzung von Projekten sollen durch persönliche Gespräche bei einem Unternehmertreffen gefördert werden. Unternehmer, die sich des Themas bereits angenommen haben, werden gebeten, ihre Erfahrungen zu schildern. Zusätzlich werden Fachleute gebeten in diesen Runden zu berichten.

Wirkungen (Impacts)

7. Die gesellschaftliche Wahrnehmung der besonderen Situation der Zielgruppe auf dem Arbeitsmarkt verändert sich positiv. Die Menschen unserer Zielgruppen und die Mehrheitsgesellschaft wachsen zusammen.

Wirkungen (Outcomes)

6. Die ZG und ihre Familien werden durch die Tandempartner*innen aus ihrer gesellschaftlichen Isolieren herausgeholt .
5. Betriebsabläufe werden weniger gestört, wenn externe Ansprechpartner*innen zur Verfügung stehen. Diese stärken die Zielgruppen, die selbständiger arbeiten.
4. Die AN der Zielgruppen lernen von ihren Paten und kennen die Abläufe und ihre Rolle in Betrieben.

Leistungen (Outputs)

3. Erste Patenschaften kommen zustande.
2. Das Angebot wird an die Zielgruppen und die Arbeitgeber*innen herangetragen und umfassend erklärt.
1. Einrichtung von Patenschaften für den Arbeitnehmer*innen. Hierdurch kurze Wege für den Arbeitgeber (Paten klärt für ihn Probleme, die sich aus dem Arbeitsverhältnis ergeben können).

Maßnahme (Inputs)

Für den Einstieg in die Arbeitswelt werden Paten gesucht, die die Personen der Zielgruppe in die bestehenden Strukturen einführen, Hilfestellungen geben und über Rechten und Pflichten informieren. Sie stellen ein Bindeglied zwischen Arbeitnehmer*innen und Arbeitgeber*innen dar und informieren regelmäßig. Durch Unterstützung von außen besteht eher die Bereitschaft der Arbeitgeber*innen, sich auf eine Neueinstellung einzulassen.

Wirkungen (Impacts)

7. Durch die direkte Unterstützung gesellschaftsrelevanter Akteure, wie Unternehmer*innen, entwickelt sich eine zunehmende Akzeptanz für inklusive Ansätze und Maßnahmen. Dies führt letztlich wiederum zur positiven Beeinflussung von Einstellungen und Sichtweisen in der Bevölkerung .

Wirkungen (Outcomes)

6. Durch die zusätzl. Infos und Handreichungen wird der innerbetriebl. Ablauf / verbessert.
5. Die Arbeitgeber*innen wenden ihre erweiterte Kompetenzen in ihrer Unternehmensführung an.
4. Die Arbeitgeber*innen erhalten neue und umfangreiche Informationen, sind nun eingebunden in ein Informationsnetzwerk. Besonders wichtig für sie ist, nun direkte Ansprechpartner für unterschiedliche Themenbereiche- und Problemfelder zu haben.

Leistungen (Outputs)

3. Die weitergeleiteten Infos erreichen die Arbeitgeber*innen und können bei Bedarf abgerufen werden.
2. Das Infomaterial wird an die regionalen Arbeitgeber*innen verteilt, u.a. unter Einbeziehung des Bereichs Stadtmarketing der Stadt Schneverdingen.
1. Infos zu Instrumenten der Arbeitsmarktförderung, regionalen Netzwerken, sonst. arbeitgeberrelevante Infos werden zusammengestellt, entsprechende Flyer werden realisiert.

Maßnahme (Inputs)

Was muss ich als Arbeitgeber beachten, wenn ich MmB oder GuM in meinem Unternehmen beschäftigen möchte?
Es wird ein Leitfaden (Flyer/Folder) erstellt, in dem die Möglichkeiten, notwendigen Schritte, Rechte und Pflichten bei der Einstellung von Menschen der ZG beschrieben werden, heruntergebrochen auf das Wesentliche. Dazu soll auch das Wissen von Aktion Mensch, Projektpartner*innen und anderen Fachstellen einfließen.

Wirkungen (Impacts)

7. Die Öffnung gesellschaftlich wichtiger Akteure nach außen , wie die Arbeitgeberschaft, hilft mögliche Vorbehalte und Distanzen zu überbrücken.

Wirkungen (Outcomes)

6. Der betriebliche Ablauf, die internen Planungsmöglichkeiten werden ergänzt/ verbessert.
5. Die AG nutzen direkte Informationen von Bewerbern. Sie greifen auf das erweiterte Akquisespektrum zu.
4. Die AG erhalten durch das regelmäßige Forum/ Treffen einen verbesserten Informationsstand und die Möglichkeit zeitnah auf den eigenen Personalbedarf reagieren zu können

Leistungen (Outputs)

3. Die Arbeitgeber*innen verankern die neuen Möglichkeiten in ihrer Strategie zur Personalgewinnung
2. Die Arbeitgeber*innen greifen die Möglichkeiten auf, da sie eine gute zusätzliche Ergänzung zur bisherigen Personalakquise darstellen.
1. Es wird eine Möglichkeit geschaffen (regelmäßiges Treffen/ Forum/ Börse) wo sich AG mit ihrem Unternehmen vorstellen. Der Personalbedarf und das entspr. Anforderungsprofil wird dargelegt. Aber auch Arbeitssuchende der Zielgruppen sind Teilnehmer und können sich direkt aus erster Hand informieren

Maßnahme (Inputs)

Auf einer Großveranstaltung stellen Arbeitgeber*innen sich und ihre Ausbildungsangebote vor.

Wirkungen (Impacts)

7. Mehr Menschen mit Teilhabebeschränkungen schaffen den Weg in den ersten Arbeitsmarkt und können sich dort behaupten.

Wirkungen (Outcomes)

6. Partizipation am Arbeitsleben findet statt. Das Leben der Zielgruppen verändert sich.
5. Die Menschen agieren kompetenter und selbstsicherer. Teilhabebeschränkungen werden abgebaut.
4. Die Zielgruppen erwerben mehr Alltagskompetenzen.

Leistungen (Outputs)

3. Die Angebote werden angenommen.
2. Potentielle Teilnehmer*innen werden über die Angebote informiert.
1. Unterstützungsangebote werden bedarfsgerecht erschaffen.

Maßnahme (Inputs)

In Kleingruppen werden Personen der Zielgruppe geschult, um Defizite in der Alltags- und Sachkompetenz abzubauen (z.B. Führerschein, Deutschkurse, Nachhilfe für BBS-Unterricht). Dabei soll individuell auf relevante Problemstellungen eingegangen werden. Eine Einbindung der Arbeitgeber*innen wäre hier wünschenswert.