

Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft: Integration oder Exklusion?

Projekt zur Unterstützung des strategischen Ziels
der BAG IDA
2008 - 2010

Akteure

- **12 Projektpartner:** CABQ Haltern, Caritas Arbeits- und Dienstleistungsgesellschaft Osnabrück, CV Hagen, CV Köln, CV Mainz, CV Mettmann, CV Stuttgart, IN VIA Paderborn, SkF Essen, SKFM Erkrath, SKM Augsburg, Weißer Rabe München
- **Koordination:** Sabine Depew / Claudia Elschenbroich
- **Projektberater:** Lutz Wende
- **think tank:** Dr. Peter Bartelheimer, Prof. Georg Cremer, Dr. Ulrike Hahn, Dr. Karolin Hartmann, Josef Hilgefort, Rainer Kaste, Dr. Franz Josef Post, Prof. Werner Schönig, Ewald Wietschorke
- **Lenkungskreis:** Dr. Ulrike Hahn, Josef Hilgefort, Hans Peter Merzbach, Ewald Wietschorke
- **Politische Vertretung:** Vorstand der BAG IDA

Strategische Ziele

caritas

- Ermöglichung dauerhafter sozialer Teilhabe integrationsferner Menschen an Erwerbsarbeit und stärkere Unabhängigkeit von öffentlichen Fördermitteln
- Entwicklung von Organisationsformen, die als zusätzlicher Baustein die dauerhafte Beschäftigung von arbeitsmarktfernen Menschen ermöglicht
- Ableitung politischer Rahmenbedingungen für einen Sozialen Arbeitsmarkt und Sozialfirmen

Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Die Projektziele

- Eine idealtypische Organisationsform für die Sozialfirma ist entwickelt
- Ein Beratungs- und Unterstützungskonzept zur Entwicklung von Sozialfirmen für Standorte/Betriebe der BAG IDA ist entwickelt, erprobt und dokumentiert
- Ein Managementkonzept, das die Bereiche Personalentwicklung, Qualitätsmanagement sowie Marketing umfasst, ist entwickelt und liegt vor
- Ein Marketingkonzept für die Sozialfirma ist in Eckpunkten beschrieben

Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Sozialfirmen in Europa

- **Social Firms England (Enterprising-Employment-Empowerment)**
- **Empresa de inserción Spanien (Spanisches Gesetz 2007)**
- **Sozialfirmen Schweiz**
- **Soziale Wirtschaftsbetriebe NRW (1997 bis 2002)**
- **Soziale Betriebe Niedersachsen**

Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Sozialfirmen in Europa

- ...sind Teil der Sozialwirtschaft, der das Europäische Parlament eine wesentliche Rolle in der europäischen Wirtschaft zu schreibt,
- EU-weit zählen 10% aller Unternehmen zu dem Sektor und 6% aller Beschäftigten.
- Wirtschaftswachstum, Beschäftigungsfähigkeit, Fortbildung und personenbezogene Dienstleistungen werden durch die Sozialwirtschaft besonders unterstützt.
- Sie vereint Einträglichkeit und Solidarität miteinander, schafft qualitativ gute Arbeitsplätze, stärkt den sozialen, wirtschaftlichen und regionalen Zusammenhalt und fördert eine Art von Wirtschaft mit demokratischen Werten, die die Menschen an die erste Stelle setzt.
- Sie leistet einen wichtigen Beitrag zur Schaffung von dauerhaften Arbeitsplätzen und verbessert damit deren sozialen Status.²
- Qualitätskriterien sind Enterprising - Employment – Empowerment.

Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Definition Sozialfirma

Sozialfirmen sind marktorientierte Firmen, die wirtschaftliche und soziale Ziele gleichwertig verfolgen und sich zur Aufgabe machen, einen hohen Anteil

von langzeitarbeitslosen Menschen dauerhaft als Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen,

also sozial versichert, mit ortsüblicher Entlohnung und gleichgestellt mit vollen Arbeitnehmerrechten, zu beschäftigen.



Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Relevante Eckpunkte für Sozialfirmen in Deutschland

- Sozial(caritativ)es Leitbild, (Schaffung von Arbeitsplätzen zur Vermeidung von Armut und Ausgrenzung)
- dauerhafte betriebliche Beschäftigung von benachteiligten Zielgruppen (auf Dauer angelegte Erwerbsbeteiligung)
- wertschöpfend ausgerichtet, d.h. Erwirtschaftung von Gewinnen
- erstellt bedarfsorientierte und qualitativ hochwertige Produkte bzw. Dienstleistungen am Markt
- agiert zu üblichen Marktpreisen
- hat ein Personalentwicklungskonzept und Qualitätsmanagement-Konzept
- gewährleistet ortsüblichen Branchentarif
- haben einen gemeinsamen Marketing-Ansatz (Label)



Modellprojekt 2008 - 2010 „Sozialer Arbeitsmarkt der Zukunft“

caritas

Die Ergebnisse

- ✓ Eine idealtypische Organisationsform für die Sozialfirma ist entwickelt
- ✓ Ein Beratungs- und Unterstützungskonzept zur Entwicklung von Sozialfirmen für Standorte/Betriebe der BAG IDA ist entwickelt, erprobt und dokumentiert
- ✓ Ein Managementkonzept, das die Bereiche Personalentwicklung, Qualitätsmanagement sowie Marketing umfasst, ist entwickelt und liegt vor
- Ein Marketingkonzept für die Sozialfirma ist in Eckpunkten beschrieben