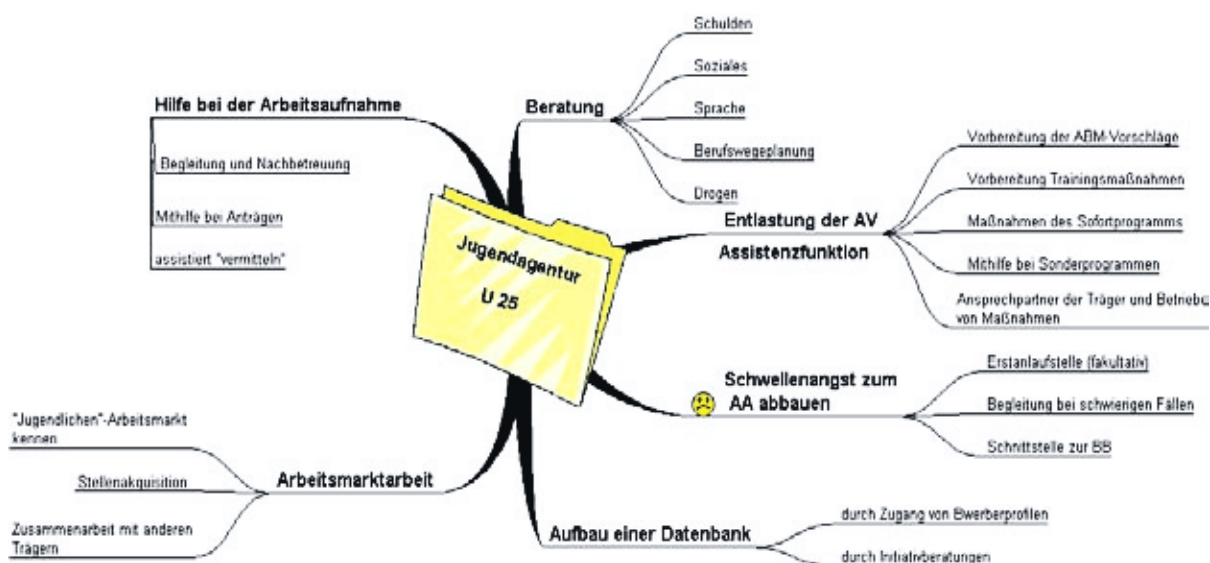


Beschäftigungsförderung durch Beratung und Vermittlung von benachteiligten Jugendlichen

Ich werde das Thema Beschäftigungsförderung durch Beratung und Vermittlung von benachteiligten Jugendlichen am Beispiel der Jugendbörse B 3 der Jugendberufshilfe Düsseldorf e.V. darstellen und gleichzeitig auch informieren über die Projektentstehung, die Zielsetzung und die Umsetzung unter Berücksichtigung der Aspekte Projektfinanzierung, Ressourcenoptimierung, Kooperation und Vernetzung. Der Vortrag gliedert sich in sieben Teile: 1. Die Idee; 2. Von der Idee zur Tat; 3. Das Konzept; 4. Die Konzepterweiterung; 5. Die Bilanz; 6. Der Ausblick und schließlich 7. Tipps zum Selbermachen.

Umstrukturierung des Arbeitsamtes (Arbeitsamt 2000) begonnen, da absehbar war, dass die Jugendberater der Arbeitsvermittlung zukünftig wegfallen sollen. Diese Knowhow-Lücke bezogen auf Maßnahmen- und Trägerstrukturen drohten zu Problemen bei der passgenauen Vermittlung und Zuweisung zu führen. Eine weitere zentrale Anlaufstelle für Jugendliche war im Rahmen des Arbeitsamtes 2000 nicht vorgesehen, so dass – und dies als Düsseldorfer Besonderheit – eine Abschnittsleiterin im Arbeitsamt diese Problematik aufnahm, Eckpunkte einer sogenannten Jugendagentur als zentrale Anlaufstelle für Jugendliche im Übergang von Schule zu Beruf entwickelte und von den freien Trägern entsprechende Angebote einforderte. Zur Umsetzung dieses Konzeptes sollte aus zeitlichen Gründen (zeitgleiche Entwicklung des Jugendsofortprogramms der Bundesregierung) auf eine Ausschreibung verzichtet werden, gleichzeitig sollte jedoch die Trägerlandschaft in die Operationalisierung einbezogen werden. Die Konzeptidee sieht nun folgendermaßen aus:



1. Die Idee

Ausgangssituation war 1998 ein landesweiter Spitzenwert von ca. 8% Arbeitsloser am Anteil der Jugendlichen unter 25 Jahren, der beim Arbeitsamt Düsseldorf registriert war. Dieser Wert konnte zwar positiv bewertet werden, war aber sowohl für das Arbeitsamt als auch für Träger kein Grund, sich zurückzulehnen. Immerhin noch 3780 junge Menschen waren unversorgt und es gab somit 3780 Gründe, neue Wege in Ausbildung oder Beschäftigung in Düsseldorf zu entwickeln. Im Oktober 1998 wurden erste gemeinsame Gespräche auf der Grundlage der

2. Von der Idee zur Tat

Im November 1998 gab es ein erstes Abstimmungsgespräch mit dem Arbeitsamt zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit in Düsseldorf. Man muss wissen, dass die Düsseldorfer Trägerlandschaft grob in zwei Lager geteilt ist: zum einen die Jugendhilfeträger, zum anderen – in Konkurrenz – die privatwirtschaftlichen Bildungsträger. Beide Lager sollten nun jeweils einen verantwortlichen Träger nennen, der dieses Konzept weiterentwickeln bzw. umsetzen sollte, so ergab sich von Anfang an eine

intensive Kooperation (gestiftet durch den Auftraggeber Arbeitsamt) zwischen der Privatwirtschaft und dem Non-Profit-„Trägerlager“.

In diesem Gespräch sollten nun Verantwortliche, Projekttitel, Finanzierungsstrukturen und Aufgabenverteilungen in kooperativer Form geklärt werden. Im Januar 1999 wurden als Vertreter der Jugendberufshilfe die JBH Düsseldorf e.V. und als Vertreter der Privatwirtschaft die Wirtschaftsschule Palkowski ernannt und mit der Ausarbeitung des Konzeptes beauftragt. Das Vertragsverhältnis besteht zwischen dem Arbeitsamt Düsseldorf und der JBH Düsseldorf e.V., die ihrerseits im Binnenverhältnis einen Kooperationsvertrag (unter Kontrolle des Arbeitsamtes) mit der Wirtschaftsschule Palkowski unterhält. Im Mai 1999 startete nun die Jugendbörse B3 (B3 = Beratung, Beschäftigung, Berufsausbildung), die in einem Pavillon in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Arbeitsamt Düsseldorf ihren ersten Standort fand.

3. Das Konzept

B3 versteht sich als Angebot mit den Zielklassen Beratung, Beschäftigung und Berufsausbildung, in dem das Team (drei Jugendberater, eine Personalberaterin und zwei Verwaltungskräften) operierte. Die Zielgruppe von B3 besteht zunächst aus allen Kunden des Arbeitsamtes unter 25 Jahren, die:

- im Übergang von der Schule zum Beruf Probleme haben, aber nicht beim AA ankommen;
- auf Angebote nicht reagieren;
- durch Angebote nicht angesprochen werden;
- noch nicht wissen wohin, und mithin bei der Berufswegeplanung Hilfe benötigen;
- durch belastende Situationen den Kopf nicht für ihre berufliche Zukunft frei haben;
- zum „harten Kern“ der Maßnahmesurfer gehören (Jugendliche, die einige Maßnahmen durchlaufen – und abrechnen, ohne dass sich eine nachhaltige berufliche Stabilisierung eingestellt hat).

Neu an B3 ist in erster Linie das innovative Ansprachekonzept für alle jene jungen Arbeitslosen bis 25 Jahre, die trotz aller intensiver Bemühung seitens des Arbeitsamtes nicht für Angebote dauerhaft gewonnen werden konnten. Es galt und gilt, sie als Kunden zu erreichen und sie mit ihren beruflichen Wünschen und Bedürfnissen, aber auch sozialen Problemen, zum Ausgangspunkt dieser Serviceleistung zu machen. Dies soll unter der Maxime stehen, alles zu unternehmen, damit der Kunde auch kommt und durch die Beratungsqualität

schließlich in Arbeit, Ausbildung und Qualifizierung vermittelt wird. Um diese Maxime zu erfüllen und vor dem Hintergrund des Wissens, dass der erste Kontakt immer der wichtigste ist, um Jugendliche anzusprechen und zu halten, wurde eine attraktive Beratungsatmosphäre geschaffen, etwa durch erlebnispädagogische Angebote wie Internet, TV und Jugendzeitschriften (eben alles, was eine Wartezeit für Jugendliche kurzweilig macht), einen jugendgerechten Service (keine langen Wartezeiten, Reduzierung der Schwellenängste; direkter Zugang zu den Beratern des AA, ohne wieder ‚in die Warteschlange‘ zu geraten etc.), zielgruppenerfahrene Jugendberater und schließlich eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit durch Aktion, Kommunikation und Werbemaßnahmen.

Weiterhin neu an B3 ist die strikte Kundenorientierung, damit der Jugendliche als Kunde und nicht als Sozialklient angesprochen und aufgenommen wird. Dazu gehört auch die Erweiterung des klassischen Beratungsansatzes – „Den Jugendlichen dort abholen, wo er steht“ – um die handlungsorientierte Maxime – „Den Jugendlichen dort hinbringen, wo er gebraucht wird, aber auch in Erfahrung zu bringen, ob der dort auch geblieben ist“. Zur Kundenorientierung gehört schließlich auch die Einbeziehung der Zielgruppe innerhalb der Planung bei Ausstattung, Kommunikation, Verfahrensabläufen etc. (von der Namensfindung bis hin zur Regelung von Ablaufstrukturen zwischen der Jugendbörse B3 und Arbeitsamt). Kunden sind hier im übrigen nicht nur die Jugendlichen selbst, sondern auch Kooperationspartner und Betriebe als potentielle Arbeitgeber.

Unter dem Stichwort Kooperation und Vernetzung stellt sich B3 als Vernetzungsansatz mit allen wichtigen Partnern im Verbundsystem zur Zielerreichung dar. Dazu gehören auch Kooperationen mit Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und Zeitarbeitsagenturen sowie gleichermaßen die Zusammenarbeit mit anderen Beratungsstellen, Hilfeinrichtungen etc..

Schließlich kann der Aspekt der Ressourcenoptimierung im Rahmen der Jugendbörse B3 als innovativ gesehen werden durch den ‚all in one‘ Ansatz. Alle Aktivitäten zur beruflichen Integration werden hier unter der Devise ‚Alles in einer Hand‘ räumlich konzentriert und unter Einbeziehung aller wichtigen Träger und Akteure in einem Netzwerkprozess gesteuert. So kann spezifisches knowhow gebündelt und für die Sache zielgerichtet freigesetzt werden. Beispiele sind hier Nutzungsverknüpfungen im Hinblick auf öffentliche Leistungen, die Vernetzung von Integrationsmodell und Synergiekonzept und damit verbundene Optimierung bzw. Steigerung organisatorischer Effizienz.

Diese von B3 geleistete Assistenzfunktion bedeutet etwa für die Kooperationspartner, Arbeitsamt und auch die anderen Träger und Hilfesysteme vor allem Entlastungen auf verschiedenen Ebenen. So können z.B. von der Beratungsstelle des Jugendamtes Jugendliche ohne sozialpädagogische Begleitung zu B3 geschickt werden und die Beratungsstelle erhält dann automatisch im Sinne eines Hilfeplanverfahrens eine Rückmeldung über den Verbleib des Jugendlichen. Zeitintensive Nachbearbeitungen von Jugendlichen, die in den ersten Arbeitsmarkt integriert werden konnten, werden auf Wunsch von B3 übernommen.

Die Optimierungseffekte für das Arbeitsamt sind folgend zu charakterisieren:

- B3 ist Anlauf- und Clearingstation für das Arbeitsamt.
- B3 ist Katalysator für die arbeitsmarktliche Integration und orientiert für das Arbeitsamt all diejenigen Jugendlichen, die über eine entsprechende Arbeitsmarktauglichkeit verfügen und entweder direkt in der ersten Arbeits- oder Ausbildungsmarkt oder in berufliche schulische Weiterbildung vermittelt werden sollen.
- B3 ist auch Navigator zur direkten und passgenauen Hinführung in die Serviceleistung des Arbeitsamtes.

Das Leistungsprofil von B3

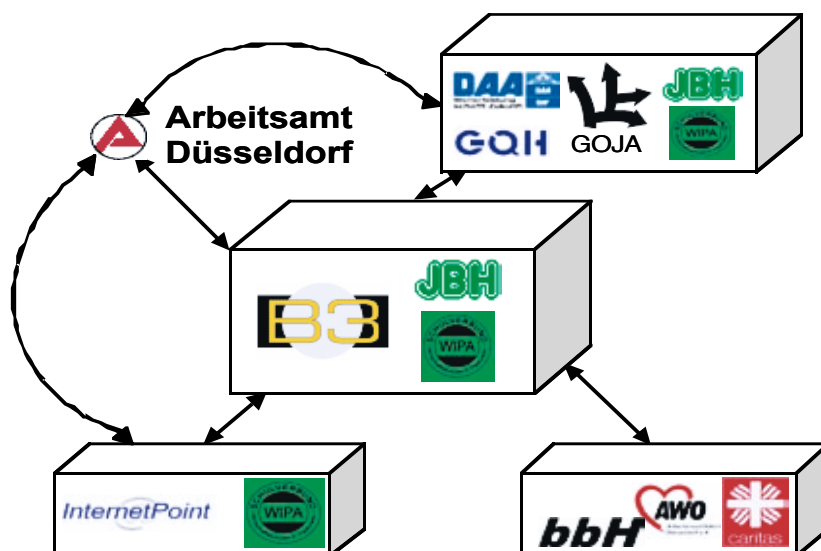
Zusammenfassend versteht sich B3 als Integrationsangebot in den ersten Arbeits- und Ausbildungsmarkt bzw. in Qualifizierungsmaßnahmen mit einem neuen Ansprachekonzept ohne Schwellenangst und ohne ‚lange Korridore‘ unter dem Grundsatz, den jungen Menschen zu fördern und zu fordern. Das Leistungsprofil der Jugendbörse B3 stellt sich dabei wie folgt dar:

- individuelle Beratung und Direktvermittlung in Arbeits- oder Ausbildungsstellen
- Datenanalyse und Bedarfsermittlung

- passgenaue Weiterleitung an Spezialisten im Kooperationsverbund Düsseldorf
- gezielte Teilnehmer-Akquisition für Maßnahmen des Arbeitsamtes Düsseldorf
- Mitwirkung an der Entwicklung flankierender Maßnahmen
- Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern im Verbundsystem Düsseldorf zwecks Hinführung an den Arbeitsmarkt bzw. Qualifizierung
- Kooperation mit Trägern flankierender Maßnahmen
- Arbeitsmarktanalyse (Trends und Tendenzen)

4. Die Konzepterweiterung

Nach knapp zwei Jahren wurde im Dezember 2000 über eine Konzepterweiterung nachgedacht mit dem Ziel der Vergrößerung des Serviceangebotes für Jugendliche in Düsseldorf. Hintergrund war, dass der Bundesrechnungshof nach Prüfung von B3 ein sehr gutes Ergebnis attestierte, so dass B3 weitere zwei Jahre in die Förderung ging mit einem Jahresetat von etwa 1,2 Mio. DM. Es bestand allerdings das Problem, den bisherigen Standort kurzfristig zu räumen, da das Grundstück vom Landesarbeitsamt verkauft wurde. Es musste also ein neuer Standort in einem Aktionsradius von 500m zum Arbeitsamt gefunden werden. Mit der Unterstützung von Politik und Multiplikatoren konnte dann in unmittelbarer Nachbarschaft zum Arbeitsamt ein neuer – weitaus größerer – Standort gefunden werden. Binnen vier Monaten konnte der Umzug von B3 abgewickelt werden, mit dem eine zusätzliche - auch räumliche - Erweiterung zu einem umfassenden Beratungs-Coaching- und Vermittlungsangebot als ‚in house-Lösung‘ verbunden war. Die neue Struktur zeigt sich im Überblick wie folgt:



Rund um B3 sind jetzt vielfältige Module in einem Haus zusammengezogen worden, so z.B. der Internet-Point als offenstrukturiertes Angebot (vormals mit anderem Standort im Stadtteil), die beschäftigungsbegleitenden Hilfen und weitere Trainingsmaßnahmen (GOJA, GQH). B3 ist somit nicht mehr alleiniger Anbieter, sondern eine Abteilung innerhalb des Gesamtkomplexes. Aufgrund dieser neuen strukturellen Rahmenbedingungen wurde auch das Fallmanagement neu ausgerichtet und optimiert, so dass dadurch eine stärkere Kundenorientierung und Vernetzung gewährleistet werden konnte.

In den letzten Jahren sind besonders für den Bereich des Übergangs von Schule zu Ausbildung/ Beruf bundesweit zunehmend Praxisansätze entwickelt worden, die eine Zentrierung und Bündelung von Hilfen – so wie dies die Jugendbörse auch anbietet – kunden- und serviceorientiert umsetzen sollen. Dazu zählt vor allem auch das Case-Management als Methode der sozialen Einzelhilfen mit der Zuständigkeit eines Beraters für das gesamte Fallmanagement. Der Case-Manager ist also Berater, Koordinator und Ansprechpartner in der vielschichtigen Zusammenarbeit mit anderen sozialen Diensten und Dienstleistern und soll den Kunden dazu befähigen, die Hilfestellungen auch selbständig zu nutzen. Die Verantwortung für den gesamten Fall-Prozess liegt dabei immer bei der B3.

Als wichtiger lebensweltorientierter Arbeitsansatz der B3 ist der Bereich aufsuchende und nachgehende Sozialarbeit anzusehen. Zielgruppe sind hier Jugendliche, die durch die Einrichtung B3 und das Arbeitsamt nicht mehr erreicht werden. Die Inhalte der aufsuchenden Sozialarbeit sind

- das direkte Aufsuchen von arbeitslosen Jugendlichen, die auf eine Einladung der B3 nicht reagiert haben,
- eine telefonische oder persönliche Kontaktaufnahme mit den Jugendlichen,
- das Nahelegen eines persönlichen Beratungsgesprächs in der B3,
- die Klärung über den Verbleib von ‚Altkunden‘
- das Zuleiten der Jugendlichen zu den zuständigen Beratern, und schließlich
- die Zusammenarbeit mit dem Arbeitsamt.

Die aufsuchende und nachgehende Sozialarbeit dauert bis zum Einstieg in die Arbeit bzw. Ausbildung des betreffenden Jugendlichen und kann bei Bedarf ergänzt werden durch gezielte Nachbetreuung der beschäftigungsbegleitenden Hilfen, die nunmehr im Haus ansässig sind.

Zusammenfassend ergeben sich unter dem

Stichwort der Konzepterweiterung 5 nachfolgend benannte charakteristische Aspekte des Angebotes in prozesschronologischer Reihenfolge. Der Erstkontakt ist deutlich aktiviert, da die Dienste für den Kunden leicht zugänglich sind (‚Alles unter einem Dach und in einer Hand‘), das Beratungs- und Hilfeangebot in räumlicher Nähe zum Arbeitsamt liegt, die Erreichbarkeit gewährleistet ist (‚Jederzeit ein Ansprechpartner präsent‘), die Öffnungszeiten denen des Arbeitsamtes angeglichen sind, eine Kommstruktur besteht (z.B. im Internetpoint) bzw. aufsuchende Sozialarbeit betrieben wird, und die Ansprache stimmig – im Sinne eines zielgruppenorientierten Ambientes – ist. Die Bedarfsfeststellung der Unterstützungsleistungen ist optimiert, da der Kunde im Mittelpunkt der Beratung steht und als Experte in eigener Sache gilt, gemeinsam Perspektiven und deren Umsetzungsmöglichkeiten entwickelt werden, und eine realistische Einschätzung über die Chancen und Grenzen der individuellen Arbeitsmarktnähe abgegeben werden kann.

Im Sinne einer Zielvereinbarung wird auf der Grundlage des festgestellten Förderbedarfes mit dem Kunden unter Berücksichtigung seiner Ressourcen das weitere Vorgehen einvernehmlich in Form einer Berufswegeplanung erarbeitet und vereinbart (im Sinne von Förderung und Forderung). Zur Durchführung erbringt der Berater die einzelnen Leistungen nicht selbst, sondern führt sie zusammen, koordiniert sie und steuert, beobachtet und begleitet ggf. die Umsetzungsphase. Die Qualitätssicherung der Arbeit von B3 bezieht sich auf die Einzelfallhilfe sowie die Zusammenarbeit mit anderen Diensten, dem Arbeitsamt, Einrichtungen, Trägern und Betrieben. Dies wird – durch monatliche Auswertungen mit dem Arbeitsamt - dokumentiert und evaluiert, um den Prozess für andere nachvollziehbar zu machen. Dadurch sollen ebenfalls die Kooperationsbeziehungen und Vernetzungen verdeutlicht und typische Problemkonstellationen beschrieben werden. Schließlich sollen auch gemeinsam neue Angebote mit Hilfe des Arbeitsamtes entwickelt und initiiert werden, wobei die Überprüfung des Maßnahmenerfolges gleichermaßen der Qualitätssicherung unterliegt.

5. Die Bilanz

Nachfolgend ein kleiner quantitativer Einblick über die Zielvereinbarung mit dem Arbeitsamt und den aktuellen Zahlenstand (Stand Oktober 2001) der Maßnahme

Ein leichtes Untersoll besteht – bei Betrachtung der Zahlenübersicht – lediglich im Bereich

der Vermittlung in den ersten Arbeitsmarkt. Dies lässt sich jedoch erklären durch die Zielgruppe selbst. Die Zielgruppen sind durch B3 kategorisiert worden (im übrigen analog zu den Kategorien des neuen Job Aktiv Gesetzes), um Aussagen über die Arbeitsmarktnähe der Kunden zum ersten Arbeitsmarkt und um realistische Einschätzungen zu den Potenzialen und

Ziele	Aufgabe	Zielerreichungsgrad (Ist) Oktober 2001		Zielerreichungsgrad (Ist) (kumulierte Zahlen seit 01/01)		Zielvereinbarung (Soll) Monat / Jahr
Kunden	Gesamtzahl der Kunden	224	Kunden	2237	Kunden	
	- zum Stichtag aktiv in Beratung (Vorsprache innerhalb der letzten 3 Monate, abzüglich Abmeldungen) (Stand: 02.12.2001)	482	Kunden			
Beratungen	Beratungen insgesamt¹	283	Beratungen	2940	Beratungen	283 / 3400
	einschließlich Mehrfachberatungen	164	davon männlich	1858	davon männlich	
		119	davon weiblich	1082	davon weiblich	
	Indirekte Beratung	196	Gespräche	1241	Gespräche	
	(teilnehmerbezogene Kontakte mit Arbeitgeber, Behörden, Netzwerkpartner)					
erstmalige Vorsprache	Erstberatung	114	Kunden	1291	Kunden	100 / 1200
	(der Kunde hat die Dienste der B3 im Vorfeld noch nie in Anspruch genommen)	64	davon männlich	748	davon männlich	
	davon Zugang durch (nach Kundenaussage)	50	davon weiblich	543	davon weiblich	
	- Initiativvorsprache	67	Kunden	910	Kunden	83 / 1000
		38	davon männlich	543	davon männlich	
		29	davon weiblich	367	davon weiblich	
	- AV	41	Kunden	316	Kunden	
		24	davon männlich	174	davon männlich	
		17	davon weiblich	142	davon weiblich	
	- BB	6	Kunden	65	Kunden	
	2	davon männlich	31	davon männlich		
	4	davon weiblich	34	davon weiblich		
Akquisition und Vermittlung	- Neuregistrierung AV/AB	26	Kunden	234	Kunden	
		18	davon männlich	132	davon männlich	
		8	davon weiblich	102	davon weiblich	
	- Weiterleitung an BB	31	Kunden	315	Kunden	
		20	davon männlich	197	davon männlich	
		11	davon weiblich	118	davon weiblich	
	Vermittlungsvorschläge					
	- in Arbeit	121	Kunden	840	Kunden	
	(davon mit bbH)	27	Kunden	156	Kunden	
	- in Ausbildung	19	Kunden	259	Kunden	
	- in ABM	24	Kunden	200	Kunden	
	(davon mit HSA)	10	Kunden	130	Kunden	
	- in FbW/Trainingsmaßnahmen	32	Kunden	199	Kunden	
	- in SoPro	0	Kunden	124	Kunden	
	- BvB/BaE	10	Kunden	68	Kunden	
	- LJP VIII/JiA etc.	19	Kunden	158	Kunden	
	- Abmeldung durch Berater (ohne Abmeldung wg. Alter oder "Meldeversäumnis")	30	Kunden	359	Kunden	
- Akquirierte Stellen	19	Stellen	364	Stellen	20 / 240	
- Direktvermittlungen	23	Kunden	231	Kunden		
1. Arbeitsmarkt	11	davon männlich	141	davon männlich	25 / 300	
	12	davon weiblich	91	davon weiblich		
davon in Ausbildung	7	Kunden	38	Kunden		

damit verbundenen Zieldimensionen der Zielgruppe treffen zu können. Im Jahr 2000 waren ca. 5% der Kunden arbeitsmarktauglich, ca. 30% arbeitsmarktnah, aber mit leichtem Hilfebedarf, ca. 62% nicht arbeitsmarktnah und mit intensivem Hilfebedarf, und ca. 3% standen für die Vermittlung in Arbeit, Ausbildung oder Qualifizierung nicht zur Verfügung.

Der typische Kunde (nach Häufigkeiten) von B3 ist männlich, zwischen 20 und 24 Jahre alt und trägt mindestens zwei der folgenden Merkmale:

- Arbeitslosigkeit
- abgebrochene Schulausbildung
- abgebrochene Ausbildung
- Schulden
- Straffälligkeit/ Drogen
- Defizite und soziale Probleme

Aus den ersten zwei Projektjahren zieht B3 folgende Schlüsse:

1. B3 führt ca. 3 Beratungen pro Person à 30 bis 60 Minuten durch, um eine Vermittlung in Arbeit, Ausbildung oder Qualifizierung zu initiieren.
2. Jeder Berater hat pro Tag etwa 5 Beratungen (bei mittlerweile vier Berater/-innen)
3. Proportional gesehen ist die Qualifikation der Frauen im Hinblick auf die Arbeitsmarktnähe um einen Faktor von 1,7 höher als eine vergleichbare Kohorte männlicher Kunden (dies entspricht auch dem Bundeschnitt).
4. Im Dienstleistungssektor werden weibliche Kunden aufgrund ihrer durchschnittlich höheren Bildung bevorzugt.
5. Es gibt insgesamt einen Rückgang der erwerbstätigen Produktion; in Produktionsspitzen greift der Ansatz der ‚Kapazitätsorientierten variablen Arbeitszeit‘ (KAPOVAZ). Deshalb arbeitet B3 auch mit Zeitarbeitsfirmen, die sich diesem Trend anschließen.

Schwierigkeiten

Ein Hauptproblem bei B3 ist das interne Marketing im Arbeitsamt. Ein grundsätzlicher Paradigmenwechsel in der Arbeit mit jugendlichen Arbeitslosen braucht vor allem im Arbeitsamt eine feste strukturelle Verankerung.

Chancen

Die Chancen liegen im wesentlichen in der Weiterführung des Ansatzes im Job Aktiv Gesetz, das einige Eckpunkte enthält, die bereits heute im B3-Angebot enthalten sind:

- Steigerung der Effektivität des Vermittlungsprozesses
- eine stärkere Verankerung des Prinzips ‚Fördern und Fordern‘
- Langzeitarbeitslosigkeit sollte möglichst

erst gar nicht entstehen

- Chancenprognose (Profiling/ Vermittlungsstrategien/ Kategorisierung)
- Das Assessment-Verfahren für Jugendliche der Zielkategorien C-D-E durch Dritte
- Heranführung Jugendlicher, die durch die Förderangebote des Arbeitsamtes nicht erreicht werden.
- Jugendliche, die Schwierigkeiten bei der betrieblichen Eingliederung haben, können künftig beschäftigungsbegleitende Hilfen erhalten.

Risiken

B3 ist allein über das Arbeitsamt finanziert, d.h. es besteht eine ausschließliche Förderung über SGB III §10 (Innovationstopf) und des Sofortprogramm der Bundesregierung. Nach 4 Jahren Laufzeit wird das Arbeitsamt die Notwendigkeit einer Kofinanzierung (durch die Stadt Düsseldorf) einfordern. Zudem hat Jugendsozialarbeit derzeit kaum bis null Chancen in Düsseldorf einen präsenten Platz in der sozialen Angebotspalette zu bekommen.

Strategie

Verstärkte PR und Öffentlichkeitsarbeit (Bekanntheit, Akzeptanz, Sympathie und Bewusstheit schaffen).

Aufmerksamkeitsstarke Aktionen/ Events sowie Erfolgsbilanzen.

Gründung eines Förderkreises ‚Freunde der B3‘, der hochgradig besetzt ist, um

- Bekanntheit, Akzeptanz und Sympathie für B3 zu fördern;
- ehrenamtlich tätige Bürger zu engagieren, die Berufsanfängern helfen können;
- Partner bei B3 Events zu akquirieren;
- B3 im gesellschaftlichen Leben und wirtschaftlichen Geschehen zu verankern,
- ‚schlafende Jobs‘ in Unternehmen zu akquirieren; Spenden einzuwerben und Sponsoring zu fördern.

6. Der Ausblick

- Verstärkung der Kooperation(en) zwischen dem Arbeitsamt und dem Sozialamt, sowie der Jugendhilfe.
- B3 soll zentrale Anlaufstelle für Schüler/-innen, insbesondere der Sonder- und Hauptschulen, werden.
- Aufbau eines zentralen Diagnostikzentrums in der B3.
- B3 als das zentrale Dienstleistungszentrum im Übergang Schule-Beruf.

7. Tipps zum Selbermachen

Folgende Fragestellungen sind im Aufbau

eines Angebotes wie der B3 handlungsleitend (wahrscheinlich auch für die Arbeitsgruppe am Nachmittag wichtig):

Welche Kooperations- und Förderstrukturen auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene sind nutzbar? Welche Möglichkeiten der Kofinanzierung gibt es und wie können sie erschlossen werden?

- kommunale Mittel (KJHG, BSHG)
- SGB III
- ESF-Mittel (Internetrecherche zur Jugendarbeit)
- Landesmittel (MFJFG)
- Bundesmittel (BMFSFJ)

Kooperationsstrukturen

- kommunale Verbundsysteme
- Wirtschaftsverbände
- Betriebe
- Politik

Wie können welche Förderinstrumente durch Kooperation projektbezogen kombiniert werden?

- shop-in-shop-Lösungen (Ressourcenoptimierung)
- all in one: Beratung (JA, AA, SA), Assessmentcenter, Case-Management, Inhouse-Verbund, Trainingsmaßnahmen, Coaching, Raumnutzung, Datenbanken etc.

Wie kann ich für mein Kooperationsprojekt eine Förderkulisse aufbauen und praktisch akquirieren?

- Corporate Design
- Ideenmarketing
- Produktmarketing (Markenauftritt, Image-transfer, Kompetenztransfer)
- Unterstützung von Persönlichkeiten aus Politik, Sport, Kultur und Wirtschaft

Alle weiteren Fragen und konkrete Ansätze für eine Projektentwicklung werden wir sicherlich am Nachmittag in der Arbeitsgruppe erörtern können. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.