

Zielgruppenprojekt Ü55 zur Senkung LzB 2016

I. Zielgruppe:

Der Kundenkreis der Älteren unterteilt sich in nur eingeschränkt arbeitsfähig (gesundheitliche Einschränkungen, fehlende Berufserfahrung / Erfahrung und unzureichende Mobilität) bis hin zu sehr motivierten Kundinnen und Kunden, die aber auch durch die vergebliche Suche nach einer sozialversicherungspflichtigen Tätigkeit frustriert sind. Viele der älteren Kunden üben schon seit Jahren einen geringfügigen Nebenverdienst oder ein Ehrenamt aus.

Die Erfahrungen durch 50TOP! in den vergangenen Jahren haben gezeigt, dass es von Vorteil ist, wenn speziell für Ältere und auf deren Bedürfnisse zugeschnittene Maßnahmen angeboten werden. So kann ein besserer Austausch der Erfahrungen und Meinungen der Teilnehmer stattfinden. Es ist von einer ähnlichen bzw. vergleichbaren Lebenssituation der Kunden auszugehen.

Wir haben uns für das Angebot der Workshops für die Zielgruppe der motivierten Älteren entschieden, da wir hier die meisten Potenziale sehen.

II. Zustuerung:

Jeder pAp setzt 4 Kunden auf eine Vormerkliste (insgesamt 16). Diese werden durch den jeweiligen Hauptbetreuer eingeladen und über das Angebot informiert. Teilnahme wird besprochen und vereinbart. Die feste Teilnahme wird auf der Liste vermerkt.

Durch mögliche Ausfälle oder Wegbrüche ist letzten Endes mit einer Gruppengröße von 10-12 Personen zu rechnen.

III. Umsetzungsplanung/ Workshop-Angebote:

- Start am 18.01.2016.
- 8 Termine bis 09.03.2016
- Jeweils zwei Mitarbeiter pro Workshop
- Jeder kann jeden vertreten
- Regelmäßiger Austausch der Mitarbeiter über Inhalte und Vorgehensweise
- Nutzung der kollegialen Fallberatung
- Hermann, Schmidt

Im Vordergrund stehen die Stärkung (noch) vorhandener Potentiale und die Ermutigung zum Ausbau dieser Möglichkeiten. Den Kunden soll ein Erfahrungsaustausch in lockerer Atmosphäre ermöglicht werden. Eine Gruppendynamik soll entstehen und erlebt werden.

Durch mögliche Übertragung von Verantwortung in der Gestaltung und Durchführung der Angebote auf den jeweiligen Kunden, soll ein Grad an Selbstbestimmung durch professionelle Unterstützung gefördert werden. Perspektivlosigkeit soll durch erkennbare oder verdeckte Gestaltungsspielräume, die zu erkunden sind, beendet werden. Dabei sollen Wachstumspotentiale gefördert und unterstützt werden.

Thema	mögliche Inhalt	Ziel
<p>Bewerbungstraining Teil 1</p> <p>20.01.16 Jobfabrik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung von Bewerbungsunterlagen • Berufskunde • Alternativberufe • Vorstellung des AGS • Kennenlernen der Jobbörse • Stellenrecherche • Austausch untereinander 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse auffrischen • Veränderung der Perspektiven • Aktualisierung der Bewerbungsunterlagen <p>Termin mit AGS abklären</p>
<p>Gesundheit</p> <p>Termin wird aufgrund der Organisation nach hinten verschoben: 02.03.16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitstag mit unterschiedlichen „Marktständen“ • Hör- und Sehtest • Ernährungsberatung • Messung des Blutzuckers • Messung des Blutdrucks • Bewegungsangebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Gesundheit • Verbesserung des Wohlbefindens • Prävention • Sensibilisierung <p>Wer macht was? Wer kann angesprochen werden? Kosten? Was kann selbst umgesetzt werden?</p>
<p>Bewerbungstraining Teil 2</p> <p>03.02.16 Jobfabrik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vorteile einer MAG • Stellensuche + MAG-Suche • AGS – Vorstellung offener Stellen • Vorstellungsgespräche: wie verhalte ich mich richtig, was ist zu vermeiden? • Besuch/ Vorstellung des Bewerbercafés • Austausch untereinander 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse auffrischen - Veränderung der Perspektiven - Erfahrungsaustausch <p>Termin mit AGS absprechen</p>
<p>Gesprächsrunde</p> <p>10.02.16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungsaustausch Arbeitsaufnahme • Austausch bzw. Fragen an die Leistungsabteilung: Verfahren bei 	<ul style="list-style-type: none"> • Information • offene Fragen klären • „Ängste“ abbauen • Entwicklung von Eigendynamik

	Arbeitsaufnahme. Was ist zu beachten?	
<p>Betriebsbesuche 17.02.16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Besuch bei verschiedenen Arbeitgebern bzw. Betrieben • Vorstellung der Arbeitsbereiche • Vorstellung der Strukturen • Informationsaustausch 	<ul style="list-style-type: none"> • Niedrigschwelliges Kennenlernen von Arbeitgebern bzw. Arbeitsplätzen • „Ängste“ nehmen <p>Absprache AGS erforderlich</p>
<p>Netzwerkpartner 24.02.16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Netzwerkpartner z.B. AWO, Schuldnerberatung, Lukaswerk, Sozial-psychiatrischer Dienst 	<ul style="list-style-type: none"> • Information • Beratung • Kontakt herstellen <p>Ansprechpartner einladen</p>
<p>Mobilität 02.03.16 Ggf. mit Gesundheit tauschen, dann 27.01.16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wie komme ich von A nach B? • Lesen von Fahrplänen • Fahrt mit ÖPNV 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilität erhöhen

IV. Wirkungserwartung:

Als Erfolge gelten der Abbau von Vermittlungshemmnissen, der Aufbau von Netzwerken z.B. Schuldnerberatung, Lukas Werk, die Bereitschaft zur Aufnahme einer Erwerbstätigkeit, Einmündung in eine Qualifikation, das Absolvieren von MAG's, Verringerung der Hilfebedürftigkeit durch Aufnahme einer Nebenbeschäftigung, Integration in eine sozialversicherungspflichtige Arbeit. Es gilt weiter soziale Kompetenzen zu stärken, die Auseinandersetzung mit der eigenen Situation, Isolation aufzubrechen, das Selbstwertgefühl/Selbstbewusstsein und die Motivation zu steigern.

Wir rechnen nach heutigem Stand mit einer Integrationsquote von ca. 30%.

V. Sonstiges:

Wir haben als weitere Idee für ein ergänzendes Angebot ein Workshop für Kunden im Alter von 63-65 Jahren, in dem eine Rentenberatung durch die DRV stattfindet und sich das Seniorenservicebüro vorstellt.

Bis 31.12.16 potenzielle Kunden auf die Vormerkliste setzen
Bis 15.01.16 feste Teilnehmer-Gruppe steht fest