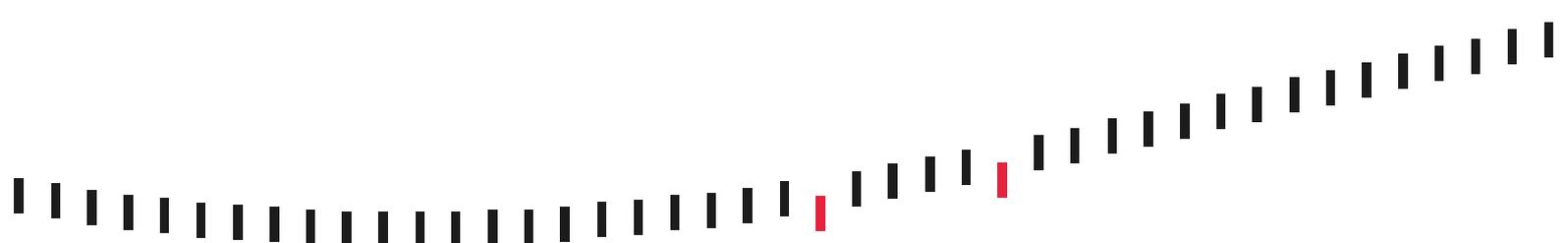


Bericht

Informationsbedürfnisse Berner Unternehmen zur Arbeitsintegration Sozialhilfebeziehender

Basel | 08.06.2020



Impressum

Informationsbedürfnisse Berner Unternehmen zur Arbeitsintegration Sozialhilfebeziehender

Bericht

08.06.2020

Auftraggeber/in: Gesundheits-, Sozial- und Integrationsdirektion des Kantons Bern (GSI)

Autorinnen/Autoren: Niclas Meyer, Mirjam Suri, Melanie Krähenbühl

Verantwortlich seitens Auftraggeberin: Anne Burian, Astrid Heiniger

Projektleitung seitens Auftragnehmerin: Niclas Meyer

Projektbearbeitung: Mirjam Suri, Melanie Krähenbühl

BSS Volkswirtschaftliche Beratung AG

Aeschengraben 9

4051 Basel

T +41 61 262 05 55

contact@bss-basel.ch

www.bss-basel.ch

© 2020 BSS Volkswirtschaftliche Beratung AG.

Inhalt

Tabellen	iii
Abbildungen.....	iv
Zusammenfassung.....	1
1. Einleitung	3
2. Methodische Herangehensweise	3
2.2 Telefonische Unternehmensbefragung.....	4
2.3 Schriftliche Unternehmensbefragung	5
3. Welche Unternehmen informieren sich?	8
4. Welche Informationsbedürfnisse haben die Unternehmen?	11
4.1 Kategorisierung der Informationsbedürfnisse	11
4.2 Quantifizierung der Informationsbedürfnisse	12
5. Welche Informationskanäle gibt es?	16
5.1 Bedeutung der Jobcoaches	18
6. Weitere Unterstützungsmöglichkeiten	21
7. Fazit.....	22
7.1 Mobilisieren, statt informieren.....	22
7.2 Zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen unterscheiden	23
7.3 Rahmenbedingungen für Probeeinsätze klären	24
8. Empfehlungen.....	26
Anhang	28

| Tabellen

Tabelle 1: Übersicht der Methoden	4
Tabelle 2: Fallbeispiele.....	5
Tabelle 3: Rücklauf nach Wirtschaftszweigen.....	7
Tabelle 4: Rücklauf nach Unternehmensgrösse	8
Tabelle 5: Kategorisierung der Informationsbedürfnisse	12

| **Abbildungen**

Abbildung 1: Anteil Suchende nach Wirtschaftszweigen	9
Abbildung 2: Anteil Suchende nach Unternehmensgrösse.....	9
Abbildung 3: Bedeutung der unterschiedlichen Informationsbedürfnisse	12
Abbildung 4: Bewertung unterschiedlicher Informationskanäle	17
Abbildung 5: Häufigkeit der Kontaktierungen durch Jobcoaches	19
Abbildung 6: Mögliche Hilfestellung für die Arbeitsintegration	21

Zusammenfassung

Mobilisieren, statt informieren:

- Die Mehrheit der Unternehmen (86%), die nach Informationen zum Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden suchen, finden wonach sie suchen. Die bestehenden Informationsangebote scheinen also prinzipiell gut genug zu sein.
- So liegt die Herausforderung eher darin, dass nur wenige Unternehmen nach Informationen suchen (20% aller befragten Unternehmen). Wir empfehlen daher die künftigen Bestrebungen der Politik darauf auszurichten, mehr Unternehmen mit den bestehenden Informationsangeboten anzusprechen und zu erreichen.
- Diejenigen Unternehmen, die sich tatsächlich informieren, stehen dem Thema Arbeitsintegration bereits positiv gegenüber. Die grosse Mehrheit der Suchenden hat bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt und kann sich vorstellen dies wieder zu tun. Aus diesem Befund lässt sich ableiten, dass mit einer Verbesserung der bestehenden Informationsangebote nur wenig erreicht würde. Es würde kaum dazu führen, dass mehr Unternehmen Sozialhilfebeziehende aufnehmen, da diejenigen Unternehmen, die die verbesserten Informationsangebote nutzen würden, ohnehin schon planen Sozialhilfebeziehende aufzunehmen. Statt lediglich die Informationsangebote zu verbessern, empfehlen wir, die bestehenden Angebote anzupassen um damit eine grössere Zielgruppe an Unternehmen anzusprechen.
- Grosses Potential: 57% derjenigen Unternehmen, die noch nie nach Informationen gesucht haben, können sich vorstellen Sozialhilfebeziehende einzustellen. Dies entspricht 44% aller Befragten. Um dieses Potential zu schöpfen, empfehlen wir, vermehrt auf mobilisierende Kommunikationsmassnahmen zu setzen. Es muss mobilisiert, statt lediglich informiert werden. Erst dann können mehr Unternehmen für das Thema gewonnen werden.

Zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen differenzieren:

- Die Befunde zeigen deutlich, dass eine grundlegende Unterscheidung gemacht werden muss:
 - einerseits zwischen den Informationsbedürfnissen zu den allgemeinen Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration und
 - andererseits zwischen fallspezifischen Informationsbedürfnissen zu den Fähigkeiten einzelner Sozialhilfebeziehender und dem Betreuungsaufwand, den sie verursachen. Diese Informationen sind entscheidend, da die Unternehmen in aller Regel eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Rechnung durchführen.
- Diese beiden Kategorien von Informationsbedürfnissen können über unterschiedliche Informationskanäle adressiert werden.
 - Das Internet ist der wichtigste Informationskanal für das Befriedigen allgemeiner Informationsbedürfnisse hinsichtlich der Rahmenbedingungen und Unterstützungsmöglichkeiten. Die Unternehmen führen eine Webrecherche durch und öffnen so viele Internetseiten, bis sie die Informationen gefunden haben, nach denen sie suchen. So empfehlen wir statt

einer Zentralisierung der Informationsangebote auf einer Seite, die Zugänge zu unterschiedlichen Zielgruppen, welche die verschiedenen Informationsseiten haben, zu nutzen. Dazu bedarf es aber einer Koordination zwischen den verschiedenen Anbietern von Informationen. Wir empfehlen der GSI, diese Koordination voranzutreiben.

- Für alle Informationen, welche die Unternehmen nicht sofort im Internet finden, wünschen sie sich die Möglichkeit, in einem persönlichen Gespräch ihre spezifischen Fragen zu erörtern, wie bspw. durch den Anruf einer Hotline oder aber auch dem Austausch mit einem Jobcoach.
- Für das Befriedigen fallspezifischer Informationsbedürfnisse gibt es zwei wichtige Kanäle:
 - Der erste ist die Möglichkeit von Probeeinsätzen und Praktika, die es den Unternehmen ermöglichen, die Fähigkeiten der einzelnen Sozialhilfebeziehenden kennenzulernen. So wurden diese von 71% der Befragten als nützlichste Hilfestellung bewertet.
 - Der zweite wichtige Kanal, mit dem fallspezifische Informationsbedürfnisse adressiert werden können, ist der Austausch mit Jobcoaches. Die Studienergebnisse zeigen, dass Jobcoaches eine wichtige Rolle als Mittler von Informationen spielen – nicht nur als Vermittler von Sozialhilfebeziehenden. Neben allgemeinen Informationen zu den Rahmenbedingungen können sie insbesondere auch die fallspezifischen Fragen der Unternehmen beantworten.

Rechtssicherheit schaffen:

- Hinsichtlich der oben genannten Durchführung von Probeeinsätzen und Praktika besteht die Herausforderung, dass viele Unternehmen nur dazu bereit sind, wenn sie nicht den vollen Lohn zahlen müssen; dabei haben die Unternehmen aber die Sorge, sich dem Vorwurf des Lohn-Dumpings auszusetzen. Diese Unsicherheit hindert viele Unternehmen daran, Sozialhilfebeziehenden eine Arbeitsintegration zu ermöglichen. So empfehlen wir, den Austausch mit den Sozialpartnern zu suchen und mit diesen klare Bedingungen zu formulieren, unter welchen Probeeinsätzen und Praktika möglich sind. Die Unternehmen benötigen Rechtssicherheit.

1. Einleitung

Die Gesundheits-, Sozial- und Integrationsdirektion des Kantons Bern (GSI) hat BSS Volkswirtschaftliche Beratung im Sommer 2019 damit beauftragt, durch Einsatz wissenschaftlicher Methoden zu untersuchen, welche Informationsbedürfnisse Arbeitgebende zum Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden haben. Das Ziel der vorliegenden Studie war es, herauszufinden, ob und inwieweit die bestehenden Informationsangebote zum Thema verbessert werden können, und damit die Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden für die Unternehmen erleichtert werden kann. Die Ergebnisse der Studie sollen eine empirische Entscheidungsgrundlage schaffen, die von der Politik genutzt werden kann, das Informationsangebot stärker auf die Bedürfnisse der Unternehmen auszurichten.

Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse der Studie zusammen. Zunächst beschreiben wir im nächsten Abschnitt das methodische Vorgehen. Darauf folgt die Darstellung der Ergebnisse. Diese gliedert sich in vier Abschnitte, die folgende Fragen beantworten:

1. Welche Unternehmen haben Informationsbedürfnisse? Welche Unternehmen informieren sich überhaupt proaktiv? (Abschnitt 3)
2. Welche Informationsbedürfnisse haben die Unternehmen? (Abschnitt 4)
3. Welche Informationskanäle gibt es? Inwieweit eignen sich diese, um die Informationsbedürfnisse der Arbeitgebenden abzudecken? (Abschnitt 5)
4. Welche weiteren Unterstützungsmöglichkeiten gibt es? Welches Potential haben sie, die Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden für die Unternehmen zu erleichtern? (Abschnitt 6)

Wir schliessen mit der Zusammenfassung der Ergebnisse, welche in der Auflistung der Empfehlungen der Studie mündet (Abschnitte 7 und 8).

2. Methodische Herangehensweise

Die zentrale methodische Herausforderung der Studie war, dass Unternehmen nicht direkt gefragt werden können, welche Informationslücken sie haben: Die Unternehmen wissen nicht, was sie nicht wissen. Oder in den Worten einer Unternehmensvertreterin aus der Baubranche: "Wenn man die Informationen gar nicht kennt, weiss man nicht, ob man sie überhaupt braucht." Erst mit zunehmender Erfahrung in der beruflichen Integration zeichnen sich dann die konkreten Hindernisse und die entsprechenden Informationsbedürfnisse ab. Aus diesem Grund haben wir ein mehrstufiges Verfahren gewählt.

1. Bevor wir die Unternehmen selbst befragt haben, haben wir explorative Interviews mit Stakeholdern, Expertinnen und Experten geführt. Auf Basis dieser Gespräche haben wir einen Leitfaden für die Unternehmens-Interviews erstellt.
2. Mit Hilfe halbstandardisierter Interviews mit Unternehmen haben wir zunächst ein Verständnis davon geschaffen, wie das Spektrum der möglichen Informationsbedürfnisse aussieht, welche Themen es umfasst und wie man Fragen nach Informationsbedürfnissen formulieren muss, damit Unternehmen sie verstehen und beantworten können.

3. Schliesslich haben wir eine schriftliche Befragung von 882 Berner Unternehmen durchgeführt. Befragt wurden Unternehmen, die Ende 2019 eine Stelle ausgeschrieben hatten. Damit sich die Teilnehmenden besser vorstellen können, worum es geht, haben wir die Fragen auf zwei beispielhafte Sozialhilfebeziehende bezogen.

Tabelle 1: Übersicht der Methoden

Erhebungsmethode	Vorgehen	Befragte
1. Explorative Interviews	halbstandardisiert, telefonisch, 15-40 Minuten	8 Stakeholder und Expertinnen
2. Telefonische Unternehmensbefragung	halbstandardisiert, 15-40 Minuten	25 Unternehmen aus dem Kanton Bern, die bereits vorläufig Aufgenommene oder Flüchtlinge eingestellt oder im Herbst 2019 eine Stelle ausgeschrieben hatten
3. Schriftliche Unternehmensbefragung	Schriftlicher Fragebogen; postalische Anschrift 1'912 Berner Unternehmen ¹ , die im Herbst 2019 eine Stelle ausgeschrieben hatten	882 Unternehmen haben teilgenommen; (Rücklauf von 46%)

2.2 Telefonische Unternehmensbefragung

Auf Basis der Ergebnisse der explorativen Interviews haben wir 24 halbstandardisierte Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern von Berner Unternehmen durchgeführt. Diese Methode haben wir gewählt, um der Komplexität des Untersuchungsgegenstands gerecht zu werden. Im Vergleich zu einer schriftlichen Befragung haben telefonische Interviews den grossen Vorteil, dass abhängig von den Antworten der Gesprächspartner/innen vertiefende Fragen gestellt und Unklarheiten beseitigt werden können. So konnten den diversen Informationsbedürfnissen der Gesprächspartner/innen flexibel nachgegangen werden, und wir hatten die Möglichkeit, auch solche Informationsbedürfnisse zu erfassen, die in den explorativen Gesprächen noch nicht genannt worden sind.

Die Auswahl erfolgte auf folgende Weise:

- Es wurden zufällig 176 Unternehmen ausgewählt. Die Auswahl erfolgte auf Basis
 - einer Liste, welche alle Berner Unternehmen enthielt, die im Zeitraum 01.01.2016 bis 01.10.2019 bereits vorläufig Aufgenommene oder anerkannte Flüchtlinge eingestellt hatten (diese Liste wurde uns von der Auftraggeberin zur Verfügung gestellt);
 - einer Liste, welche alle Berner Unternehmen enthielt, die im Zeitraum September und Oktober 2019 im Kanton Bern online eine Stelle ausgeschrieben hatten.

¹ Versickt wurden 1'968 Briefe, allerdings wurden 56 von der Post aufgrund von Adressänderungen retourniert.

- Für die so ausgewählten Unternehmen haben wir Kontaktdaten recherchiert und die Unternehmen postalisch bzw. per E-Mail angeschrieben und gefragt, ob Sie unsere Studie mit einem Interview unterstützen würden.

Die telefonischen Interviews haben uns dann ermöglicht, das Spektrum der Informationsbedürfnisse nochmals zu konkretisieren und die Bedeutung von Informationsbedürfnissen im Verhältnis zu anderen förderlichen und hinderlichen Faktoren besser zu verstehen. Aus den Interviews konnten wir jedoch lediglich schliessen, welche Informationsbedürfnisse, Hindernisse und mögliche Unterstützungsmöglichkeiten es gibt. Wie häufig diese auftreten, konnten wir so nicht bestimmen. Trotz der zufälligen Auswahl sind die Ergebnisse aufgrund der vergleichsweise kleinen Stichprobe nicht repräsentativ, im Gegenteil muss davon ausgegangen werden, dass die Teilnahmebereitschaft relevante Selektionseffekte mit sich brachte.

2.3 Schriftliche Unternehmensbefragung

Um repräsentative Quantifizierungen vornehmen zu können, haben wir schliesslich eine schriftliche Befragung durchgeführt. Gegenüber einer telefonischen Befragung bietet die schriftliche den grossen Vorteil, dass mit vergleichsweise geringem Aufwand weit mehr Unternehmen befragt werden können. Anders als in einem persönlichen Gespräch antworten die Unternehmen in einer anonymen schriftlichen Befragung vermutlich auch weniger sozial erwünscht. So konnten wir ein deutlich realistischeres Bild davon erstellen, wie viele Unternehmen tatsächlich Informationsbedürfnisse haben und wie viele letztere nur als Vorwand anführen aber eigentlich gar keine Sozialhilfebeziehenden einstellen möchten.

Der Fragebogen für die schriftliche Befragung wurde auf Basis der Erkenntnisse aus den explorativen Gesprächen sowie den Telefoninterviews mit Berner Unternehmen entwickelt (den Fragebogen finden Sie in Anhang A.1.2).

In den telefonischen Interviews hatten wir jedoch die Erfahrung gemacht, dass es teilweise schwer ist, den Unternehmen zu vermitteln, was Informationsbedürfnisse sind und worauf sie sich beziehen. Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, mit fiktiven Fallbeispielen zu arbeiten. Jeweils die Hälfte der Unternehmen wurde zum einem Fallbeispiel befragt, die andere Hälfte zum anderen.

Tabelle 2: Fallbeispiele

Fallbeispiel 1	Fallbeispiel 2
Eine 28-jährige Frau aus Syrien, welche seit 3 Jahren in der Schweiz wohnhaft ist und einen Flüchtlingsstatus inne hat, würde gerne in Ihrem Betrieb ein dreimonatiges Praktikum absolvieren. Sie verfügt über eine Ausbildung und Arbeitserfahrung in Syrien, welche mit den in Ihrem Betrieb benötigten Fähigkeiten verwandt ist, konnte jedoch in der Schweiz bisher nicht arbeiten und hat Grundkenntnisse in der deutschen Sprache.	Ein 45-jähriger Mann ohne Lehrabschluss lebt seit einigen Jahren von der Sozialhilfe. In einem Beschäftigungseinsatz hat er seine Schlüsselqualifikationen verbessert und ist an einer Arbeitsstelle in Ihrer Branche interessiert.

In den nachfolgenden Analysen der Ergebnisse haben wir dann stets den statistischen Einfluss der Fallbeispiele geprüft. In den meisten Fällen zeigten sich keine statistisch signifikanten Unterschiede. In den Fällen, in denen es statistisch belastbare Unterschiede gab, haben wir diese im Text kenntlich gemacht.

2.3.1 Auswahl der Befragten

Als Grundlage für die Befragung dienen Daten der Firma x28. Mittels eines sogenannten Webcrawlers (der ähnlich wie Google die Schweizer Webseiten absucht) ermittelt x28 Unternehmensdaten aus online Stellenportalen. Die Abdeckung von x28 liegt bei etwa 98%. Für die Studie wurden Namen und Anschrift aller inländischer oder ausländischer Unternehmen recherchiert, die im Zeitraum September und Oktober 2019 im Kanton Bern eine Stelle ausgeschrieben hatten. Insgesamt haben wir so die Kontaktdaten von 1'979 Unternehmen erhalten.

2.3.2 Vorgehen

Statt einer Online-Befragung haben wir uns für eine postalische Befragung entschieden. Diese bietet folgende Vorteile:

- ein höherer Rücklauf, insbesondere auch von denjenigen Arbeitgebenden, die nicht häufig am Bildschirm arbeiten (bspw. Handwerker)
- den Teilnehmenden ist von Anfang an transparent, dass nur eine limitierte Zahl an Fragen gestellt wird
- die Befragung kann flexibel an die zuständige Person im Betrieb weitergegeben werden

Nach einem Pretest mit 40 zufällig gewählten Unternehmen wurde die Befragung Anfang März versandt, und zwar in Couverts des Kantons Bern, jeweils mit einem vorfrankierten Rückcouvert und einem Begleitschreiben der Auftraggeberin. Die letzten Antworten wurden Mitte April an BSS zurückgeschickt.

2.3.3 Repräsentativität

Aufgrund der hohen Rücklaufquote von 46% geniessen die Ergebnisse prinzipiell eine hohe Validität. Es gibt jedoch auch Faktoren, welche die Repräsentativität der Ergebnisse potentiell einschränken könnten, auf die wir der Reihe nach eingehen wollen:

- Es wurden nur Unternehmen befragt, die eine Stelle ausgeschrieben haben. So können die Ergebnisse nur bedingt für die Unternehmen verallgemeinert werden, die keine Stelle ausgeschrieben haben. Für diese Gruppe lagen uns keine Adressdaten vor.
- Es wurden nur Unternehmen befragt, die im Herbst 2019 eine Stelle ausgeschrieben hatten. Von saisonalen Schwankungen abgesehen ist jedoch nicht davon auszugehen, dass zu einem anderen Zeitpunkt im Jahr systematisch andere Stellen ausgeschrieben werden, was die Aussagekraft der Ergebnisse einschränken könnte.
- Die Befragung wurde vor bzw. zu Beginn der Corona-Krise durchgeführt, also in einer konjunkturellen Hochphase. So lassen sich die Ergebnisse nur eingeschränkt auf Krisenzeiten übertragen.

- Es ist davon auszugehen, dass insbesondere diejenigen Unternehmen an der Befragung teilgenommen haben, die eine starke Meinung zur Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden haben. Diejenigen Unternehmen, für die dieses Thema keine Rolle spielt, werden sich vermutlich weniger häufig beteiligt haben.

So kann von den Studienergebnissen in erster Linie nur auf die Unternehmen geschlossen werden, die auch eine Stelle ausgeschrieben haben. Dies erscheint jedoch eine hochrelevante Gruppe sein: Die Tatsache, dass sie eine Stelle ausschreiben, zeigt doch, dass sie interessiert sind und prinzipiell in der Lage dazu sind, Personen einzustellen.

Wie Tabelle 3 und Tabelle 4 zeigen, unterscheiden sich die Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben von der Gesamtheit aller Arbeitsstätten im Kanton Bern auf verschiedene Weise. Aber die Gesamtheit aller Arbeitsstätten ist vermutlich auch nicht der relevante Referenzrahmen, denn unter diesen Unternehmen befinden sich vermutlich auch solche Unternehmen, die für das Thema nicht relevant sind, da sie wirtschaftlich oder organisational (bspw. Holding ohne Angestellte) dazu in der Lage sind oder das Thema grundlegend ablehnen. 86% aller Berner Unternehmen haben beispielsweise weniger als 10 Mitarbeitende (vgl. Tabelle 4). Es ist kaum anzunehmen, dass alle dieser Kleinstunternehmen dazu in der Lage wären, Sozialhilfebeziehende zu integrieren.

Der Einfluss dieser Unterschiede auf die Ergebnisse wurden in den nachfolgenden Analysen stets mittels statistischer Verfahren geprüft. Generell hat sich gezeigt, dass es keinen grossen Einfluss hat, aus welchem Wirtschaftszweig die Befragten stammen.

Tabelle 3: Rücklauf nach Wirtschaftszweigen

Wirtschaftszweige	Prozentuale Verteilung der Teilnehmenden	Prozentuale Verteilung aller Arbeitsstätten im Kanton Bern
Baugewerbe	19	7
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	3	2
Wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	7	12
Gastgewerbe	10	5
Sonstige Dienstleistungen	3	4
Gesundheits- und Sozialwesen	13	12
Handel	6	12
Land- und Forstwirtschaft	1	14
öffentliche Verwaltung	1	1
Verarbeitendes Gewerbe, Herstellung von Waren	10	7
Verkehr und Lagerei	2	2
Weitere / andere	17	23
Keine Angabe	7	-

Total	100	100
--------------	------------	------------

Anteil der Arbeitsstätten im Kanton Bern gemäss BFS Statistik der Unternehmensstruktur 2017.

Tabelle 4: Rücklauf nach Unternehmensgrösse

Grössenklassen	Prozentuale Verteilung der Teilnehmern	Prozentuale Verteilung aller Arbeitsstätten im Kanton Bern
1 bis 9 Mitarbeitende	18	86
10 bis 49 Mitarbeitende	41	12
50 bis 249 Mitarbeitende	29	2
>250 Mitarbeitende	10	0
weiss nicht / keine Angabe	2	-
Total	100	100

Anteil der Arbeitsstätten im Kanton Bern gemäss BFS Statistik der Unternehmensstruktur 2017.

3. Welche Unternehmen informieren sich?

Das Ergebnis der schriftlichen Befragung zeigt, dass die Mehrheit der Unternehmen sich nicht mit dem Thema Arbeitsintegration auseinandersetzt: 80% der befragten Unternehmen hat innert der letzten drei Jahre *nicht* nach Informationen zum Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden gesucht. Das heisst nicht, dass diese Gruppe keine Informationsbedürfnisse hätte, sondern dass sie *nicht* nach Informationen suchen.

Von den restlichen 20% der befragten Unternehmen, die nach Informationen gesucht haben, haben 86% angegeben, dass sie die Informationen gefunden haben, nach denen sie gesucht haben. Das ist ein wichtiger Befund: Lässt sich daraus denn ableiten, dass die Informationsangebote gut genug zu sein scheinen, diese aber von zu wenigen Unternehmen genutzt werden.

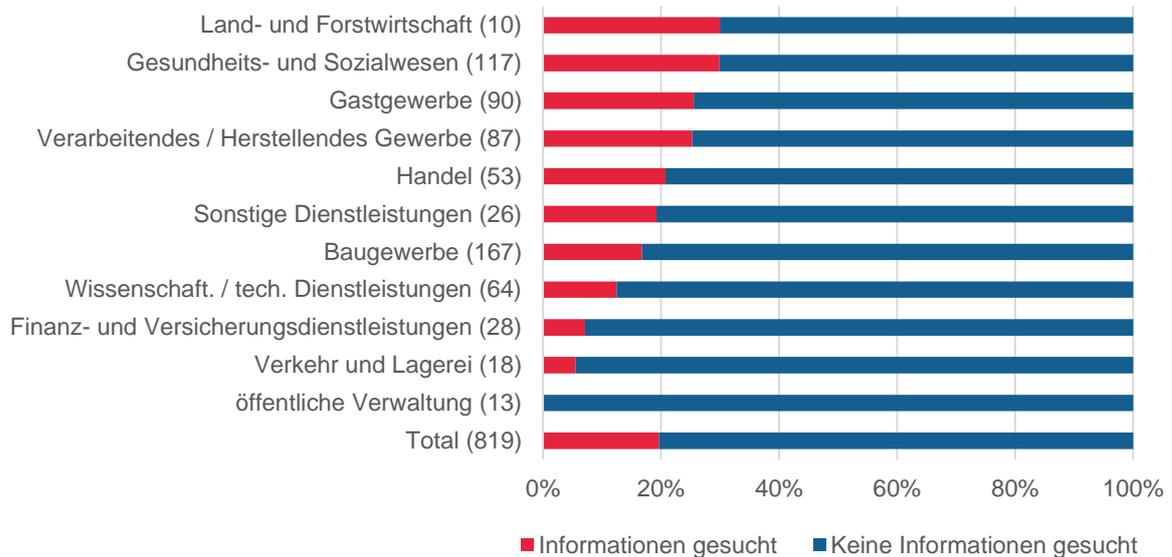
Dabei zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen den Branchen und Grössenklassen (siehe Abbildung 1):²

- In der Landwirtschaft und im Gesundheitsbereich suchen Unternehmen am häufigsten nach Informationen zum Thema Arbeitsintegration.

² Da es sich an dieser Stelle um die erste "Kreuzauswertung" des Berichts handelt, möchten wir folgendes vermerken: Im Rahmen der Datenauswertung haben wir die in den Abbildungen dargestellten Ergebnisse einerseits miteinander verglichen andererseits aber auch mit den Strukturmerkmalen Grösse und Branche sowie der Integrationsbereitschaft der Unternehmen. Dort wo diese Analysen interessante und signifikante Zusammenhänge zutage gebracht haben, haben wir diese im Bericht vermerkt. Im Interesse der besseren Lesbarkeit haben wir davon abgesehen, Kreuztabellen im Bericht aufzunehmen.

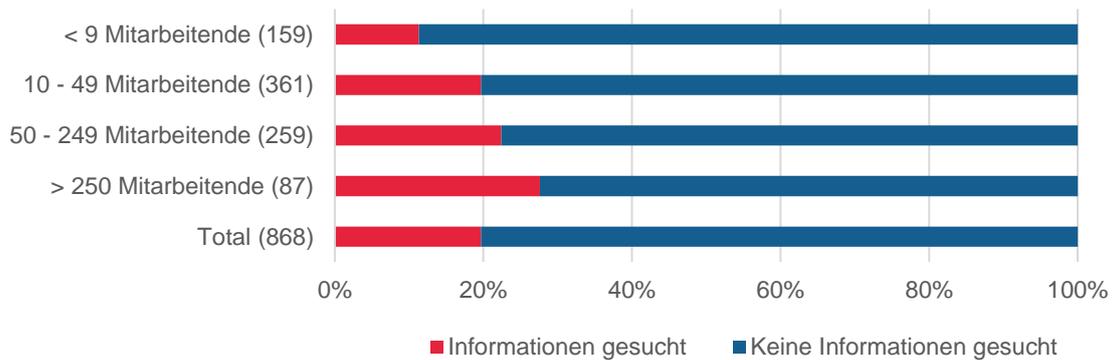
- Danach folgen das Gastgewerbe sowie das Verarbeitende Gewerbe. In diesen Branchen hat mindestens jedes vierte Unternehmen bereits nach Informationen hinsichtlich der Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden gesucht.

Abbildung 1: Anteil Suchende nach Wirtschaftszweigen



Hinweis: Die Anzahl antwortender Unternehmen ist jeweils in der Klammer vermerkt. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

Abbildung 2: Anteil Suchende nach Unternehmensgrösse



Hinweis: Die Anzahl antwortender Unternehmen ist jeweils in der Klammer vermerkt. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass grössere Unternehmen häufiger nach Informationen zur Arbeitsintegration suchen als kleinere (Abbildung 2). Die Unterschiede mögen zwar als klein erscheinen, sind aber statistisch signifikant.³ Aus diesem empirischen Befund lässt sich die Frage ableiten, ob künftige Kommunikationsmassnahmen insbesondere auch auf die Mobilisierung von kleineren Unternehmen ausgerichtet werden sollten.

Die Auswertung der Befragungsergebnisse zeigt zudem, dass diejenigen Unternehmen, die sich zum Thema Arbeitsintegration informieren, eine hohe Bereitschaft aufweisen, Sozialhilfebeziehenden eine Arbeitsintegration zu ermöglichen. Aus der Gruppe derjenigen Befragungsteilnehmenden, die bereits nach Informationen gesucht haben, haben

- 76% in der Vergangenheit bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt und
- 85% haben angegeben, sich – unter bestimmten Bedingungen – vorstellen zu können, in Zukunft Sozialhilfebeziehende einzustellen.

Auch das ist ein wichtiger Befund: So lässt sich daraus ableiten, dass allein mit einer Verbesserung des Informationsangebots nur vergleichsweise wenig erreicht werden kann. Denn diejenigen, welche diese Angebote nutzen, zeigen ohnehin schon eine hohe Bereitschaft Sozialhilfebeziehende einzustellen. So lässt sich aus den Befragungsergebnissen weiter ableiten, dass der Fokus eher auf diejenigen Unternehmen gerichtet werden sollte, die sich gar nicht mit dem Thema Arbeitsintegration beschäftigen. Hier erscheint es uns sinnvoller, auf mobilisierende Kommunikationsmassnahmen zu setzen, statt lediglich das Informationsangebot zu verbessern.

Das Potential für derartige Kommunikationsmassnahmen ist gross, wie die Ergebnisse der schriftlichen Befragung zeigen:

- Von denjenigen Unternehmen, die bislang noch nicht aktiv nach Informationen gesucht haben, haben 57% angegeben, dass sie sich prinzipiell vorstellen können Sozialhilfebeziehende einzustellen.
- Das entspricht 44% der befragten Unternehmen insgesamt.

Darüber, in welchen Branchen und Grössenklassen das Potential für mobilisierende Kommunikationsmassnahmen besonderes gross ist, lassen sich leider nur wenige statistisch belastbare Aussagen treffen. Das heisst nicht, dass es hier keine Unterschiede gäbe. Nur lässt sich auf Basis der Daten nicht ausschliessen, dass diese Unterschiede rein zufällig zustande gekommen sind. So deuten die Daten beispielsweise darauf hin, dass in kleineren Unternehmen grösseres Potential besteht als in grossen. Dieses Ergebnis ist jedoch nicht signifikant. Die Befragungsergebnisse zeigen jedoch, dass es im Baugewerbe signifikant mehr Unternehmen gibt als im Gesundheitsbereich und im Verarbeitenden Gewerbe, die potentiell bereit sind, Sozialhilfebeziehenden eine Arbeitsintegration zu ermöglichen, sich bislang aber noch nicht konkret mit dem Thema beschäftigt haben.⁴ Auf Basis dieses empirischen Befunds empfehlen wir zu prüfen, welche Handlungsrelevanz dieser Befund hat. Dabei ist auch zu berücksichtigen, welche Bedingungen je nach Branche

³ Mit dem Adjektiv "signifikant" beziehen wir uns immer auf den Begriff der statistischen Signifikanz. In Fussnoten beschreiben wir in jedem Fall das jeweilige Signifikanzniveau: Sprich, die Wahrscheinlichkeit, dass das jeweilige Ergebnis rein Zufällig zustande gekommen ist.

⁴ Zwischen den genannten Branchen sind die Unterschiede besonders gross und der paarweise Dunn-Test zeigt Signifikanzen von $p = 0.05\%$. Das heisst, dass die Wahrscheinlichkeit bei 5% liegt, dass dieses Ergebnis zufällig zustande gekommen ist. In den übrigen Branchen sind die Antwortzahlen zu gering als dass dort sinnvolle Aussagen getroffen werden könnten.

gegeben wird. So mag es beispielsweise sein, dass je nach Betrieb im Baugewerbe eine enge Betreuung von Sozialhilfebeziehenden nicht möglich ist, was durch den Umstand, dass viele Einsätze über Temporärbüros erfolgen, noch verstärkt wird.

Empfehlung 1: Mobilisieren statt informieren

Anstelle einer Verbesserung des Informationsangebotes empfehlen wir auf Basis dieser Ergebnisse künftig verstärkt auf mobilisierende Kommunikationsmassnahmen zu setzen, um mehr Unternehmen für das Thema zu gewinnen.

4. Welche Informationsbedürfnisse haben die Unternehmen?

4.1 Kategorisierung der Informationsbedürfnisse

Zunächst haben wir 25 halbstandardisierten Interviews mit Berner Unternehmen geführt, um ein grundlegendes Verständnis der Informationsbedürfnisse zu erlangen. Die Ergebnisse der Interviews zeigen, dass die Unternehmen zwei Haupttypen von Informationsbedürfnissen haben:

- Einerseits haben Unternehmen Informationsbedürfnisse zu den Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration allgemein.
- Andererseits benötigen sie Informationen zu den einzelnen Sozialhilfebeziehenden. Unternehmen machen immer eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Abwägung. Dazu brauchen sie Informationen zu Aufwand/Kosten und der Leistungsfähigkeit eines Sozialhilfebeziehenden – wie bei allen Bewerbungsprozessen.

Aus diesem Befund lässt sich ableiten, dass es vermutlich nicht ausreicht, allgemeine Informationsbedürfnisse zu den Rahmenbedingungen und Unterstützungsmöglichkeiten zu adressieren. Um mehr Unternehmen für das Thema Arbeitsintegration zu gewinnen, sind insbesondere auch fallspezifische Informationen zum einzelnen Sozialhilfebeziehenden notwendig. Derartige Informationsbedürfnisse müssen grundlegend anders adressiert werden: Hier nützen Flyer und Informationsseiten wenig. Stattdessen müssen Unternehmen mit Personen in Kontakt gebracht werden, die den jeweiligen Sozialhilfebeziehenden kennen und fallspezifische Fragen beantworten können. Dies ist eine Rolle, die insbesondere von den Jobcoaches ausgefüllt werden kann, wie wir in Abschnitt 5.1 weiter unten argumentieren.

Die beiden Haupttypen von Informationsbedürfnissen konnten in weitere Unterkategorien ausdifferenziert werden, sodass sich eine Unterteilung in vier Kategorien ergibt. Diese haben wir in Tabelle 5 zusammengefasst.

Tabelle 5: Kategorisierung der Informationsbedürfnisse

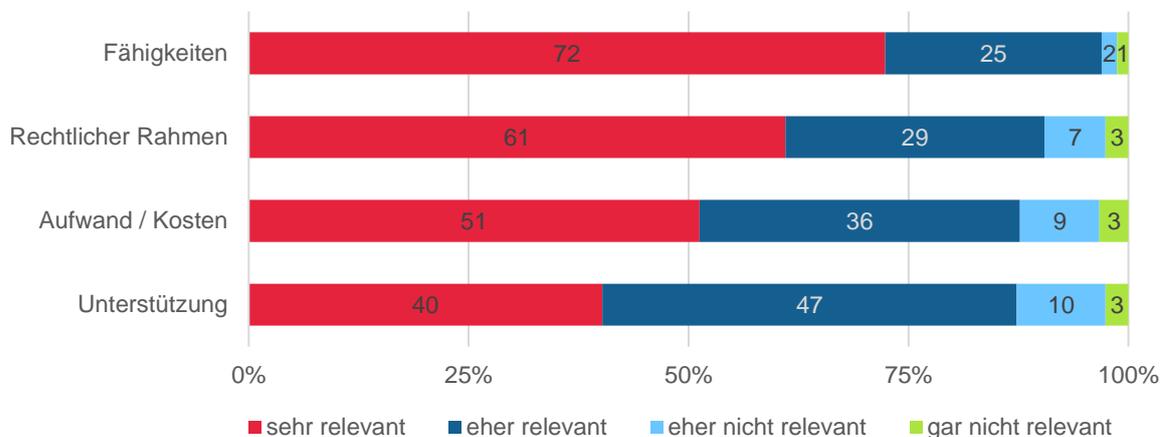
Informationsbedürfnisse	Bezugsrahmen
1. Kosten/Aufwand: Betreuungskosten, administrativer Aufwand	Informationen bezogen auf den einzelnen Sozialhilfebeziehenden; Informationen die notwendig sind, um eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Abwägung durchzuführen
2. Leistungsfähigkeit der Sozialhilfebeziehenden: Sprachkenntnisse, fachliche Fähigkeiten, Motivation und Belastbarkeit	
3. Rechtlicher Rahmen: Aufenthaltsstatus, Meldepflicht, Lohn(-Dumping), Steuern, Versicherungen	Allgemeine Informationen zu den Rahmenbedingungen
4. Unterstützungsmöglichkeiten: Coachings, Sprachkurse, Teillohnmodelle	

Die Kategorisierung basiert auf den Ergebnissen aus den telefonischen Interviews mit Berner Unternehmen.

Die oben beschriebene Kategorisierung der Informationsbedürfnisse haben wir dann als Grundlage für die schriftliche Befragung genutzt.

4.2 Quantifizierung der Informationsbedürfnisse

Abbildung 3: Bedeutung der unterschiedlichen Informationsbedürfnisse



Hinweis: Für die einzelnen Informationsbedürfnisse liegen zwischen 849 und 851 Antworten vor. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

In der schriftlichen Befragung haben wir anschliessend die Unternehmen eingeladen, die oben kategorisierten Informationsbedürfnisse zu bewerten. Am höchsten gewichtet wurden von den befragten Unternehmen Informationsbedürfnisse zu den Fähigkeiten der Sozialhilfebeziehenden (Abbildung 3). Dieser Punkt wurde von 72% der Teilnehmenden als "sehr relevant" bewertet. Dies ist insofern nachvollziehbar, als dass Sozialhilfebeziehende seit längerer Zeit nicht mehr im Arbeitsmarkt waren und entsprechend keine explizite oder implizite Bestätigung der Fähigkeiten

durch einen anderen Arbeitgeber vorliegt. Informationen zu Betreuungskosten und dem administrativen Aufwand haben 51% der Teilnehmenden als "sehr relevant" bewertet (siehe Abbildung 3). Wie im letzten Abschnitt erläutert hatten wir bereits in den telefonischen Interviews gelernt, dass die Unternehmen eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse durchführen und dazu Informationen zu den Fähigkeiten und zum Betreuungsaufwand benötigen. Die quantitativen Befragungsergebnisse scheinen also den Befund aus den Interviews zu bestätigen.

Empfehlung 2: Zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen differenzieren

Die Informationsbedürfnisse der Unternehmen beziehen sich nicht allein auf die allgemeinen Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration. Unternehmen führen eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Abwägung durch, dazu benötigen sie fallspezifische Informationen zum Betreuungsaufwand und den Fähigkeiten des einzelnen Sozialhilfebeziehenden. Zur Adressierung dieser beiden Informationsbedürfnisse bedarf es unterschiedlicher Informationsstrategien.

Wie in Abschnitt 2.3 zum methodischen Vorgehen bereits erläutert, haben wir die Informationsbedürfnisse am Beispiel zweier Fallbeispiele abgefragt. Die Informationsbedürfnisse hinsichtlich der Fähigkeiten wurden von den Teilnehmenden im Falle des älteren Mannes stärker gewichtet als im Falle der Syrerin.⁵ Warum das so ist, zeigen die Befragungsergebnisse nicht direkt. Eine Erklärung ist, dass sich die Unternehmen fragen, warum der Mann bereits seit längerer Zeit in der Sozialhilfe ist. Liegen Erkrankungen oder Suchtprobleme vor? Bei der Frau mit Flüchtlingsstatus stellen sich diese Fragen nicht.

Die Analysen der Befragungsergebnisse zeigen ebenfalls, dass es insbesondere diejenigen Unternehmen sind, die noch keine Erfahrung mit der Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden haben, welche Informationen zu den Fähigkeiten besonders hoch gewichten.⁶ Die Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit Sozialhilfebeziehenden gesammelt haben, gewichten diese Informationen nicht ganz so stark. Auch hier lässt sich anhand der empirischen Ergebnisse nicht klar belegen, woran das liegt. Zwei Erklärungen erscheinen plausibel:

1. Unternehmen, die noch keine Erfahrungen im Umgang mit Sozialhilfebeziehenden haben, unterschätzen die Fähigkeiten Sozialhilfebeziehender – möglicherweise aufgrund von Vorurteilen.
2. Den Unternehmen, die bereits Erfahrung mit der Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden haben, ist die Leistungsfähigkeit der Sozialhilfebeziehenden vielleicht gar nicht so

⁵ Der Einfluss der Fallbeispiele auf die Antworten zu den Informationsbedürfnissen wurden mittels Mann-Whitney-U-Test getestet. Es zeigt sich bei den Fähigkeiten ein signifikanter Unterschied: Im Fall des älteren Mannes wurden diese signifikant höher gewichtet als im Falle der Frau aus Syrien ($p=0.000$). Der p-Wert bedeutet, dass die Wahrscheinlichkeit, dass es sich hier um rein zufällige Verteilungen handelt bei unter 0.01% liegt.

⁶ Das Ergebnis des Mann-Whitney-U-Tests zeigt, dass der beschriebene Unterschied signifikant ist ($p = 0.0012$).

wichtig. Für diese Unternehmen überwiegt möglicherweise das Interesse, sich sozial zu engagieren.

Beide Erklärungen können wichtige Anhaltspunkte für etwaige Kommunikationsmassnahmen sein. Derartige Massnahmen könnten sowohl bei den potentiellen Vorurteilen sowie dem Interesse für soziales Engagement ansetzen.

Am zweithöchsten gewichtet wurden Informationen zu den rechtlichen Rahmenbedingungen (siehe Abbildung 3). 61% der Teilnehmenden stuften diese Informationen als "sehr relevant" ein. Erneut können wir nicht genau sagen, um welche rechtlichen Rahmenbedingungen es den Befragten dabei geht. Die Interviewergebnisse zeigen jedoch, dass zweierlei Fragen zum rechtlichen Rahmen entscheidend sind:

1. Hinsichtlich Sozialhilfebeziehender aus dem Asylbereich haben die Unternehmen beispielsweise häufig Fragen zum Aufenthaltsstatus und der Notwendigkeit einer Arbeitserlaubnis.
2. Aus Sicht vieler Unternehmen besteht Unklarheit darüber, ob und unter welchen Bedingungen es möglich ist, einen unbezahlten oder tiefbezahlten Probeeinsatz bzw. ein längeres Praktikum durchzuführen.

Die Bedeutung der ersten Frage bestätigt sich mit dem Ergebnis aus der schriftlichen Befragung, dass die Befragten, die sich auf das Fallbeispiel der Frau mit Asylhintergrund bezogen, Informationen zum rechtlichen Rahmen stärker gewichteten, als die Unternehmen, die sich auf das Fallbeispiel des 45-jährigen Mannes bezogen.⁷ Wir vermuten, dass sich die Unternehmen in diesem Fall vermehrt Fragen zum Aufenthaltsstatus und deren Rahmenbedingungen stellen, bspw. ob eine Arbeitserlaubnis notwendig ist.

Die zweite Frage, die Frage zu unbezahlten Probeeinsätzen und Praktika, wurde in den Interviews häufig von den Unternehmen genannt. Hier geht es vor allem um die Sorge der Unternehmen, dass sie des Lohndumpings bezichtigt werden könnten, wenn sie Sozialhilfebeziehenden einen unbezahlten oder tiefbezahlten Probeeinsatz ermöglichen. Für die Unternehmen ist diese Möglichkeit von grosser Bedeutung. Ohne diese Möglichkeit hätten viele Sozialhilfebeziehende keine realistischen Chancen am Arbeitsmarkt, so die interviewten Unternehmen. Dies hängt mit der oben beschriebenen doppelten Herausforderung zusammen, dass erstens vielen Sozialhilfebeziehenden die Fähigkeit fehlt, ihre Stärken richtig darzustellen und, dass sie zweitens über keine aktuellen Arbeitszeugnisse verfügen, mit denen sie ihre Fähigkeiten nachweisen könnten. Anhand eines Probeeinsatzes können Unternehmen die Stärken aber auch die Schwächen besser einschätzen und so eine informierte Kosten-Nutzen-Abwägung vornehmen. Auch wenn keine Aussicht auf eine längerfristige Anstellung besteht, können es Praktika den Sozialhilfebeziehenden erlauben, Erfahrungen im Arbeitsmarkt zu sammeln und ihre Arbeitsmarktfähigkeit unter Beweis zu stellen.

Dabei handelt es sich aber nicht um ein Informationsproblem. Das Problem ist vielmehr, dass hier bislang noch keine klare Regelung gefunden wurde. Dies spiegelt sich auch in dem Befra-

⁷ Der rechtliche Rahmen wird bei der Frau mit Asylhintergrund stärker gewichtet ($p=0.0413$).

gungsergebnis, dass insbesondere diejenigen Unternehmen, die bereits nach Informationen gesucht haben und Informationen gefunden haben, die Bedeutung von Informationen zum rechtlichen Rahmen stärker gewichten, als die Unternehmen, die noch nicht nach Informationen gesucht haben.⁸ So empfehlen wir dringend, diesbezüglich für die notwendige Rechtssicherheit zu sorgen, um ein wichtiges Hindernis für die Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden zu beseitigen.

Empfehlung 3: Notwendige Rechtssicherheit schaffen

Statt eines Informationsbedarfs, scheint eher ein Koordinationsbedarf zu bestehen. Wir empfehlen gemeinsam mit den relevanten Stakeholdern (Sozialpartner inkl. Gesetzgeber) Regelungen zu finden, die den Unternehmen die Rechtssicherheit geben, die sie brauchen, wenn es um die Durchführung unbezahlter und tiefbezahlter Probeeinsätze und Praktika geht. Dies könnten Weisungen, Erläuterungen oder Ausnahmeregelungen sein.

Schliesslich zu den Unterstützungsmöglichkeiten, wie Coachings, Schulungsangebote oder Teillohnmodellen (siehe Abbildung 3): Diese wurden von den Unternehmen am wenigsten stark gewichtet. Hier ist jedoch fraglich, ob den Unternehmen alle Unterstützungsmöglichkeiten bekannt sind.⁹ So gibt es Unterstützungsmöglichkeiten oder Einarbeitungszuschüsse, die es Unternehmen ermöglichen, Sozialhilfebeziehenden Probeeinsätze anzubieten, ohne dafür direkt bezahlen zu müssen. Möglicherweise bedarf es noch mehr "Werbung", um die bestehenden Unterstützungsmöglichkeiten bekannter zu machen.

Empfehlung 4: Unterstützungsmöglichkeiten bekannter machen

Viele Unterstützungsmöglichkeiten scheinen noch nicht hinreichend bekannt zu sein – insbesondere solche Unterstützungsmöglichkeiten, die es den Unternehmen erlauben Probeeinsätze durchzuführen. So empfehlen wir zu prüfen, wie und über welche Kanäle diese stärker bekannt gemacht werden könnten.

Schliesslich haben wir geprüft, ob es Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen und Grössenklassen gibt. Hinsichtlich der Frage nach der Bedeutung der oben genannten Informationsbedürfnisse hat es aber nur einen geringen Einfluss, aus welchem Wirtschaftszweig die Teilnehmenden stammen oder wie gross die Unternehmen sind:¹⁰

⁸ Der Unterschied zwischen denjenigen, die bereits nach Informationen gesucht haben und denjenigen, die noch nicht gesucht haben, wurde per Mann-Whitney-U-Test geprüft ($p=0,0369$). Das heisst, dass die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Ergebnis rein zufällig zustande gekommen ist, liegt bei lediglich 3,69%.

⁹ Aus Platzgründen konnten diesbezügliche Fragen in der schriftlichen Befragung nicht mehr aufgenommen werden.

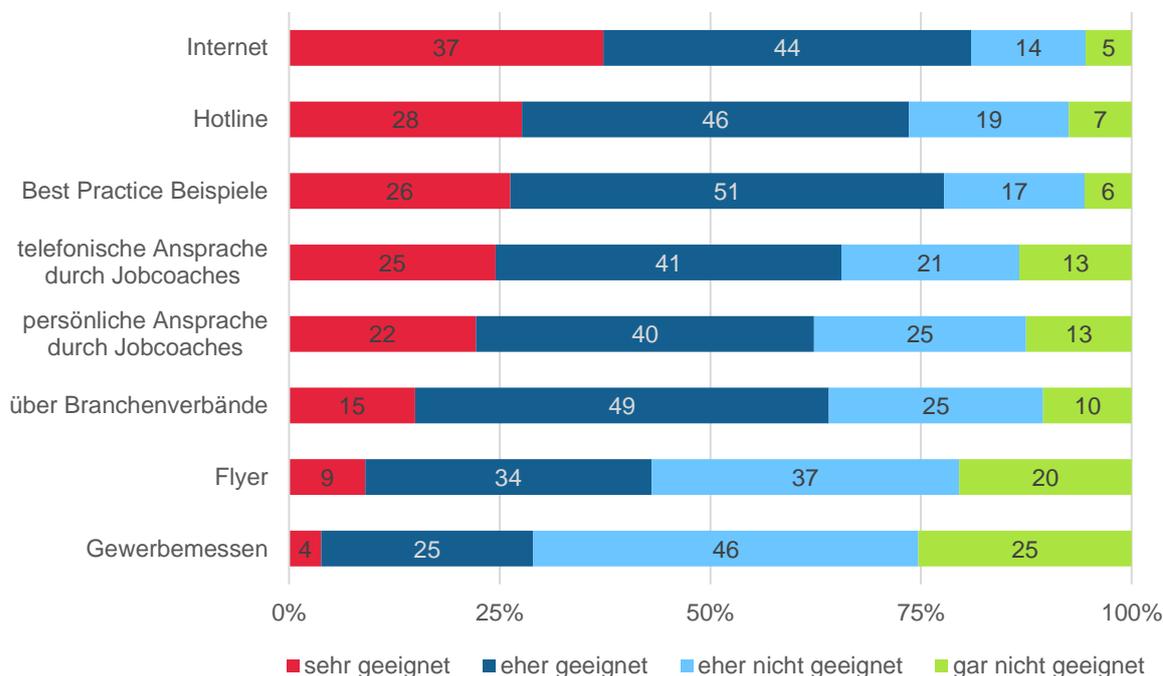
¹⁰ Die unten beschriebenen Ergebnisse beruhen jeweils auf paarweisen Vergleichstests nach Dunn, mit p-Werten von maximal $p = 0,1$.

- Im Verarbeitenden Gewerbe werden die Informationsbedürfnisse hinsichtlich des Aufwands signifikant höher gewichtet als in allen anderen Branchen.
- Informationen zur Leistungsfähigkeit werden im Verarbeitenden Gewerbe signifikant höher bewertet als im Gastgewerbe und Gesundheitsbereich.
- Informationsbedürfnisse hinsichtlich der Unterstützungsmöglichkeiten werden im Handel und Gastgewerbe seltener genannt als im Baugewerbe, Gesundheitsbereich und Verarbeitenden Gewerbe.
- Hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen gibt es keine Unterschiede zwischen den Branchen.

5. Welche Informationskanäle gibt es?

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung zeigen deutlich, dass für die Suche nach Informationen zum Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden das Internet der bedeutendste Informationskanal ist (Abbildung 4). In Summe bewerteten 81% der befragten Unternehmen das Internet als einen "sehr geeigneten" oder "geeigneten" Informationskanal. Kein anderer Informationskanal wurde so positiv bewertet. Auch aus den telefonischen Interviews wissen wir, dass wenn Unternehmen nach Informationen suchen, sie meist eine Internetsuche durchführen, beispielsweise über "Google". Dieser Befund klingt banal, ist aber wichtig: Ausgehend von einer Internetsuche, öffnen die Unternehmen nacheinander so viele Internetseiten, bis sie die Informationen gefunden haben, nach denen sie gesucht haben. Daraus lässt sich ableiten, dass kein Bedarf für eine Zentralisierung der bestehenden Informationsangebote gibt. Natürlich müssen zentrale Stellen wie die GSI auf ihren Internetseiten Informationen in hoher Qualität anbieten. Es schadet aber nicht, wenn diese auch auf anderen Internetseiten angeboten werden. Wir gehen davon aus, dass es eher einen positiven Nutzen hat, wenn die Informationen auf unterschiedlichen Seiten auf die jeweilige Zielgruppe zurechtgeschnitten sind. Auch haben die unterschiedlichen Internetseiten der verschiedenen Stellen, von denen diese angeboten werden, Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen. Dies gilt es zu nutzen.

Abbildung 4: Bewertung unterschiedlicher Informationskanäle



Hinweis: Für die einzelnen Informationskanäle liegen zwischen 814 und 848 Antworten vor. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

Empfehlung 5: Vernetzung durch Koordination statt Zentralisierung

Die unterschiedlichen Internetseiten, auf denen Informationen angeboten werden, haben Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen und können die Informationen entsprechend der jeweiligen Zielgruppe aufbereiten. Wir empfehlen diese Möglichkeit der zielgruppenspezifischen Kommunikation zu nutzen. Dazu ist eine verstärkte Koordination zwischen den verschiedenen Informationsstellen notwendig, einerseits um die Qualität der Inhalte zu sichern; andererseits, um die notwendigen Verknüpfungen herzustellen, die es den suchenden Unternehmen erlaubt, rasch zu den Informationen zu gelangen, nach denen sie suchen.

Für alle Fragen, auf die sich im Internet keine Antworten finden lassen, wünschen Unternehmen die Möglichkeit, im Gespräch gezielt ihre Fragen stellen zu können. Wie Abbildung 4 zeigt, wurden jene Informationskanäle von den befragten Unternehmen ebenfalls positiv bewertet, die es ihnen erlauben, konkrete Fragen zu stellen. Zu diesen Informationskanälen gehören einerseits Hotlines und andererseits die telefonische oder persönliche Ansprache durch Jobcoaches. Auf die besondere Rolle der Jobcoaches gehen wir im folgenden Abschnitt (5.1) noch einmal gesondert ein.

Empfehlung 6: Persönlichen Informationsaustausch ermöglichen

Es gibt Unternehmen, die konkrete Fragen haben und vielleicht nicht selbst nach Informationen suchen wollen oder die Informationen, nach denen sie gesucht haben, nicht finden konnten. Für diese Unternehmen ist es wichtig, die Möglichkeit anbieten zu können, in einem persönlichen Gespräch Fragen zu klären. Dies mag zwar aufwändig sein, ist aber der effektivste Weg, spezifische Informationsbedürfnisse zu bedienen. So empfehlen wir, die Ressourcen bereitzustellen, die notwendig sind, um eine Hotline anzubieten bzw. es möglich zu machen, mit Jobcoaches Kontakt aufzunehmen.

Das Bereitstellen von Best-Practice-Beispielen scheint ebenfalls grosses Potential zu haben: Fast 80% der befragten Unternehmen bewerten diese als "sehr geeignet" oder "eher geeignet". Weiter oben haben wir bereits argumentiert, dass es einen Bedarf an mobilisierenden Kommunikationsmassnahmen gibt, um mehr Unternehmen dazu zu sensibilisieren, sich mit dem Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden zu beschäftigen. Möglicherweise können Best-Practice-Beispiele künftig auch stärker dazu genutzt werden, um für das Thema zu sensibilisieren. Dieser Befund wurde auch in den telefonischen Interviews mit Berner Unternehmen bestätigt. Die Unternehmen betonten jedoch auch, dass die Beispiele realistisch gestaltet sein sollten und nicht die Herausforderungen, die eine Einstellung eines Sozialhilfebeziehenden bedeuten kann, untertrieben werden.

Empfehlung 7: Best-Practice-Beispiele nutzen

Für die Durchführung mobilisierender Kommunikationsmassnahmen empfehlen wir auf Best-Practice-Beispiele zu setzen.

5.1 Bedeutung der Jobcoaches

Jobcoaches spielen auch als Mittler von Informationen eine bedeutende Rolle – nicht allein als Vermittler und Betreuer von Sozialhilfebeziehenden. Dies zeigt sich sowohl in den Ergebnissen der schriftlichen Befragung (siehe Abbildung 4 oben) als auch den Ergebnissen der telefonischen Interviews. Deshalb möchten wir der Rolle der Jobcoaches einen eigenen Abschnitt widmen. Denn häufig sind es ausschliesslich die Jobcoaches, die Fragen zu den einzelnen Sozialhilfebeziehenden beantworten. Wie in Abschnitt 4 und Tabelle 5 beschrieben, muss zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen unterschieden werden, wobei letztere für die Unternehmen häufig von übergeordneter Bedeutung sind.

Die Unternehmen schätzen die Möglichkeit, Jobcoaches konkrete Fragen stellen zu können. So bewerten insbesondere diejenigen Unternehmen die Bedeutung von Jobcoaches signifikant hö-

her, die bereits einem Sozialhilfebeziehenden eine Arbeitsintegration ermöglicht haben, als diejenigen, die noch keine Erfahrung haben.¹¹ Dabei erwarten die Unternehmen, dass die Jobcoaches ein realistisches Bild der Stärken und Schwächen der jeweiligen Person vermitteln. Gelingt es den Jobcoaches ein Vertrauensverhältnis zu einem Unternehmen aufzubauen, gelingt die Vermittlung von Sozialhilfebeziehenden besonders gut.

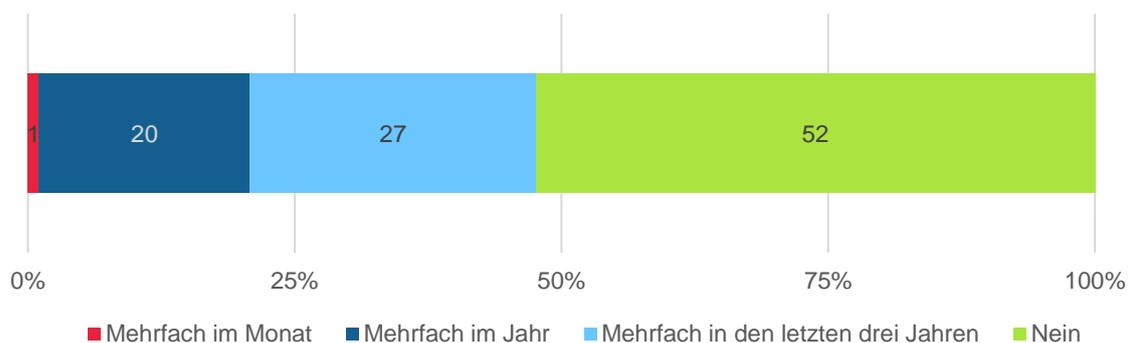
Die Befragungsergebnisse zeigen, dass insbesondere diejenigen Unternehmen, die sich vorstellen können Sozialhilfebeziehende einzustellen aber noch keine Erfahrung mit dem Thema haben, die Möglichkeit konkrete Fragen mit einem Jobcoach zu erörtern besonders hoch bewertet haben.¹²

Empfehlung 8: Rolle der Jobcoaches anerkennen und stärken

Auf Basis der Ergebnisse empfehlen wir, die entscheidende Rolle der Jobcoaches als Mittler von Informationen zu würdigen. Häufig können allein die Jobcoaches die Informationsbedürfnisse der Unternehmen bedienen, mehr über die Fähigkeiten und potentiellen Schwächen der einzelnen Sozialhilfebeziehenden zu erfahren.

Im Lichte der hohen Bedeutung, welche diese Ergebnisse den Jobcoaches bescheinigen, stellt sich die Frage, wie sich die Aktivitäten der Jobcoaches auf die Unternehmen verteilen. Als ersten Befund lässt sich festhalten, dass es vermutlich nicht genügend Jobcoaches gibt. Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung zeigen, dass insgesamt etwas weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen bereits von Jobcoaches bzw. Sozialarbeitenden kontaktiert wurden (Abbildung 5). Nicht alle Unternehmen, die sich einen Austausch mit einem Jobcoach wünschen, waren bereits in Kontakt mit einem Jobcoach.

Abbildung 5: Häufigkeit der Kontaktierungen durch Jobcoaches



Anmerkung: Frage 2: Wurden Sie in den letzten drei Jahren von Jobcoaches / Sozialarbeitenden bezüglich der Vermittlung einer Stelle für Sozialhilfebeziehende kontaktiert? Anzahl Antworten: 878. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

¹¹ Mann-Whitney-U-Test $P=0,0001$ für die telefonische Ansprache und $P=0,0020$ für die persönliche Ansprache.

¹² Kruskal-Wallis-Test $P=0,0001$ für die telefonische Ansprache und die persönliche Ansprache.

So stellt sich die Frage, ob die Allokation der so wertvollen Ressource Jobcoach optimiert werden kann: Konzentriert sich die Arbeit der Jobcoaches auf diejenigen Unternehmen, die ohnehin schon eine hohe Bereitschaft aufweisen, Sozialhilfebeziehende einzustellen? Ist deren Bereitschaft an den Jobcoach geknüpft? Sollten die Aktivitäten der Jobcoaches anders verteilt werden? Die Befragungsergebnisse zeigen, dass diejenigen Unternehmen, die bereits in der Vergangenheit Sozialhilfebeziehende eingestellt haben, signifikant häufiger von Jobcoaches kontaktiert werden.¹³

- 77% der Unternehmen, die mehrfach im Jahr von Jobcoaches kontaktiert werden, haben bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt.
- 75% derjenigen Unternehmen, die sich vorstellen können erstmals Sozialhilfebeziehende einzustellen, waren noch nie mit einem Jobcoach in Kontakt.

Aus den telefonischen Interviews wissen wir, dass es entscheidend ist, dass ein Vertrauensverhältnis zwischen Jobcoach und Unternehmen besteht. Die Unternehmen wollen sich drauf verlassen können, dass die vermittelten Sozialhilfebeziehenden tatsächlich die Stärken und Schwächen haben, die der Jobcoach beschrieben hat. Auch wünschen sich die Unternehmen, dass der Jobcoach erreichbar ist, falls Probleme auftreten sollten. Ein derartiges Vertrauensverhältnis aufzubauen, bedeutet eine erhebliche zeitliche Investition durch den Jobcoach. Diese Investition lohnt sich häufig erst dann, wenn es gelingt, mehrere Sozialhilfebeziehende an ein Unternehmen zu vermitteln. Unabhängig davon ist es aber auch so, dass auch andere Unternehmen von der Unterstützung der Jobcoaches profitieren können.

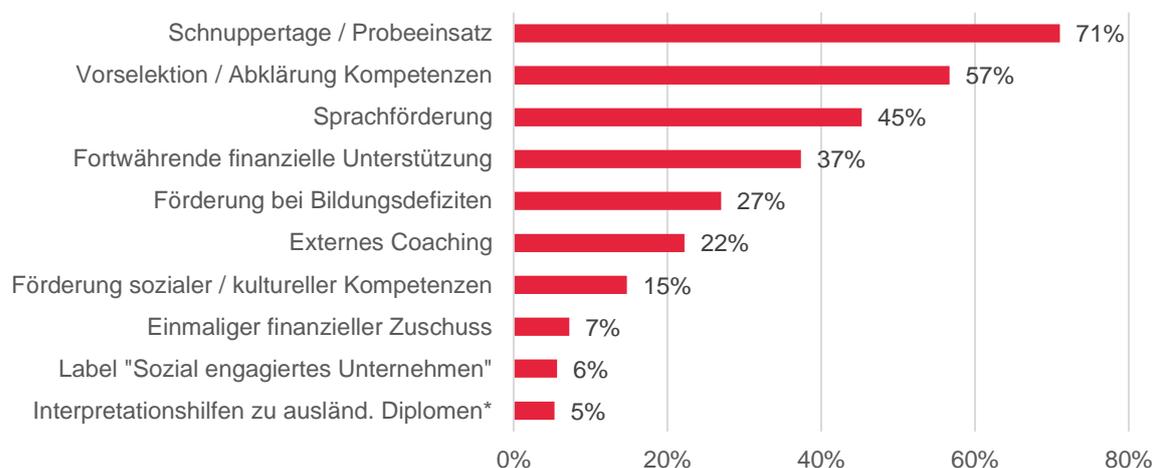
Empfehlung 9: Jobcoaches sollten auch auf neue Unternehmen zugehen

Es gibt viele Unternehmen, die sich vorstellen können erstmals Sozialhilfebeziehende einzustellen und von der Unterstützung eines Jobcoaches profitieren könnten – insbesondere was die Klärung von Fragen zu den Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration betrifft. Wir empfehlen die Jobcoaches zu ermuntern, vermehrt auch auf Unternehmen zuzugehen, mit denen sie noch nicht in Kontakt stehen.

¹³ Unklar bleibt, ob dieses Resultat im Umkehrschluss auf den Erfolg der Jobcoaches hinweist: Viele Unternehmen, die kontaktiert wurden, haben effektiv bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt.

6. Weitere Unterstützungsmöglichkeiten

Abbildung 6: Mögliche Hilfestellung für die Arbeitsintegration



* Interpretationshilfen wurden lediglich beim Fallbeispiel der Syrerin aufgeführt. Daher bezieht sich die prozentuale Angabe auf lediglich rund die Hälfte der Antwortenden.

Anmerkung: Frage 6: Welche Hilfestellungen würden Ihnen die Einstellung des Manns im Fallbeispiel erleichtern? Eigene Darstellung. Bis zu drei Nennungen waren möglich. Antworten liegen von 760 Unternehmensvertreterinnen und -vertretern vor. Quelle: Unternehmensbefragung BSS.

Auf die Frage, welche Hilfestellungen den Unternehmen die Einstellung der in den Fallbeispielen genannten Personen erleichtern würden, haben 71% der Antwortenden Probeeinsätze bzw. Schnuppertage genannt (siehe Abbildung 6). Dieser Befund bestätigt die Empfehlung 3, für die notwendige Rechtssicherheit zu sorgen, was die Durchführung unbezahlter Probeeinsätze betrifft. In den telefonischen Interviews haben die Unternehmen erklärt, dass ein solcher Probeeinsatz ihnen dabei helfen würde, die Belastbarkeit und Fähigkeiten der Sozialhilfebeziehenden besser einzuschätzen. Wie in Abschnitt 4 beschrieben, nennen die meisten Unternehmen die Fähigkeiten der Sozialhilfebeziehenden als wichtigstes Informationsbedürfnis. So lässt sich auch erklären, dass eine Vorselektion bzw. Abklärung der Kompetenzen mit 57% der Befragten am zweithäufigsten genannt wurde.

37% der befragten Unternehmen geben an, dass eine fortwährende finanzielle Unterstützung ihnen dabei helfen würde, Sozialhilfebeziehende in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Insbesondere von kleineren Unternehmen wurde dies häufig genannt.¹⁴

Die Auswertung der Frage nach den Unterstützungsmöglichkeiten zeigt einige Unterschiede zwischen dem Fallbeispiel der 28-jährigen Frau und jenem des 45-jährigen Mannes:

¹⁴ Gemäss Kruskal-Wallis-Test ($p = 0,0009$) ist der Unterschied hochsignifikant.

- Der Probeeinsatz wird im Falle des 45-Jährigen von 76% der Befragten genannt; von 66% im Falle der Syrerin.¹⁵
- Im Falle des Mannes wurde signifikant häufiger angegeben, dass eine Förderung bei Bildungsdefiziten helfen könnte.¹⁶
- Wie zu erwarten, wird die Sprachförderung im Falle der Frau aus Syrien mit 60% fast doppelt so häufig genannt, wie im Falle des 45-jährigen Mannes, dessen Herkunft und Sprachfähigkeiten nicht spezifiziert wurden.

7. Fazit

7.1 Mobilisieren, statt informieren

In den allermeisten Fällen (86%) finden die Unternehmen die Informationen, nach denen sie suchen – wenn sie denn überhaupt nach Informationen zum Thema Arbeitsintegration von Sozialhilfebeziehenden suchen. So ist davon auszugehen, dass das bestehende Informationsangebot prinzipiell gut genug ist. Es gibt also keinen Handlungsbedarf hinsichtlich einer Verbesserung der bestehenden Angebote.

Die zentrale Herausforderung ist, dass die Unternehmen sich häufig gar nicht zum Thema Arbeitsintegration informieren. So empfehlen wir, stärker zu priorisieren, mehr Unternehmen für das Thema zu gewinnen, statt lediglich die Informationsangebote zu verbessern. Anders gesagt: Die Unternehmen müssen mobilisiert werden – nicht bloss informiert.

Das Potential für zielgerichtete Werbemassnahmen ist gross: 57% derjenigen Unternehmen, die noch nie nach Informationen gesucht haben, können sich – unter gewissen Bedingungen – vorstellen, Sozialhilfebeziehende einzustellen. Dies entspricht 44% aller Befragten. Würden all diese Betriebe durch aktive Kommunikationsmassnahmen erreicht, könnte vielen Sozialhilfebeziehenden eine Arbeitsintegration ermöglicht werden.

Für derartige Kommunikationsmassnahmen sehen wir zwei Ansatzpunkte:

1. Best-Practice-Beispiele: Fast 80% der befragten Unternehmen bewerten diese als geeignet, um über die Möglichkeiten der Arbeitsintegration zu informieren. Viele der interviewten Unternehmen forderten jedoch, dass diese Beispiele realistisch sind.
2. Leistungsfähigkeit: Befragte, die noch keine Erfahrung mit Sozialhilfebeziehenden haben, haben das Thema der Leistungsfähigkeit von Sozialhilfebeziehenden deutlich höher als mögliches Hindernis gewichtet, als Unternehmen, die bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt haben. Deshalb empfehlen wir einerseits Kommunikationsmassnahmen verstärkt auf die Leistungsfähigkeit auszurichten, um etwaigen Vorurteilen entgegenzuwirken und gleichzeitig eine realistische Einschätzung der Möglichkeiten zu erlauben.

¹⁵ Gemäss Mann-Whitney-U-Test ist der Unterschied als signifikant einzuschätzen ($p = 0,0000$).

¹⁶ Im Fall des Mannes wird die "Förderung bei Bildungsdefiziten" von 35% genannt, statt 19% im Falle der Frau aus Syrien. Laut Mann-Whitney-U-Test ist dieser Unterschied signifikant ($p = 0,0000$).

7.2 Zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen unterscheiden

Es gibt zwei grundlegend verschiedene Kategorien von Informationsbedürfnissen: einerseits Informationsbedürfnisse zu den allgemeinen Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration und andererseits fallspezifische Informationsbedürfnisse zu den Fähigkeiten einzelner Sozialhilfebeziehender und dem Betreuungsaufwand, den sie den Unternehmen verursachen.

Diese beiden Kategorien von Informationsbedürfnissen müssen über unterschiedliche Informationskanäle adressiert werden.

7.2.1 Allgemeine Informationsbedürfnisse

Der wichtigste Informationskanal der Unternehmen ist das Internet: Brauchen Unternehmen Informationen führen sie eine Internetrecherche durch – wie zu erwarten. Die interessierten Unternehmen führen eine Internetsuche durch und schauen sich so viele Internetseiten an, bis sie die Informationen gefunden haben, nach denen sie suchen. Somit können wir keinen direkten Handlungsbedarf für eine Zentralisierung der Informationen auf einer Informationsplattform ableiten – wohl aber, für eine Koordination zwischen den verschiedenen Informationsstellen, damit die notwendige Qualität gewährleistet ist und damit sinnvolle Verknüpfungen zwischen den Informationsseiten hergestellt werden. In diesem Zusammenhang sollten auch Informationsstellen zur Arbeitsmarktintegration in anderen Bereichen wie der Arbeitslosenversicherung oder der Invaliditätsversicherung berücksichtigt werden.

Für alle Fragen, die nicht im Rahmen einer Internetrecherche geklärt werden können, wollen die Unternehmen die Möglichkeit haben, ihre Fragen mit einer kompetenten Person zu besprechen: Hotlines werden somit von 74% der Befragten als wichtiger Informationskanal bewertet. Auch Jobcoaches können diesem Bedürfnis entgegen kommen.

7.2.2 Individuelle Informationsbedürfnisse überwiegen

Weitaus wichtiger als allgemeine Informationen zu den Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration sind Informationen zum individuellen Fall: also zur Leistungsfähigkeit und Belastbarkeit einer sozialhilfebeziehenden Person sowie zum Betreuungsaufwand des Unternehmens. Derartige Informationsbedürfnisse können allerdings nicht per Internetrecherche befriedigt werden und auch nicht mittels einer Hotline.

Um Fragen zur individuellen Leistungsfähigkeit und zum Betreuungsaufwand zu klären, sind Probeeinsätze der beste Weg. Mit 71% wurden Probeeinsätze als geeignete Unterstützungsmöglichkeit am häufigsten genannten. Die bereits bestehenden Unterstützungsmöglichkeiten für Unternehmen, die Sozialhilfebeziehenden einen Probeeinsatz ermöglichen wollen, scheinen jedoch noch nicht hinreichend bekannt zu sein. So empfehlen wir, die Bekanntheit dieser Unterstützungsmöglichkeiten zu stärken.

Ein weiterer Weg, diese individuellen Informationsbedürfnisse zu befriedigen, kann eine Vorselektion sein, bzw. die Abklärung der Kompetenzen der Sozialhilfebeziehenden. So kann zumindest teilweise sichergestellt werden, dass die Fähigkeiten der Sozialhilfebeziehenden zu den Aufgaben und Anforderungen im Unternehmen passen. 57% der befragten Unternehmen haben diesen Weg als wünschenswerte Unterstützungsmöglichkeit genannt.

Jobcoaches kommen im Zusammenhang der individuellen Informationsbedürfnisse eine besondere Rolle zu. Jobcoaches kennen die Sozialhilfebeziehenden, die sie vermitteln und können die fallspezifischen Fragen der Unternehmen beantworten. Sie können die Leistungsfähigkeit der Person einschätzen und dem Unternehmen gegenüber transparent aufzeigen, welchen Mehrwert aber auch welche Risiken und Nachteile sich mit der Einstellung der Person ergeben. Jobcoaches leisten auch eine Vorselektion, wie oben beschrieben, und gehen mit denjenigen Sozialhilfebeziehenden auf das einzelne Unternehmen zu, für welches diese geeignet sind. So empfehlen wir, die Rolle der Jobcoaches als Mittler von Informationen künftig stärker zu gewichten.

Die Befragungsergebnisse zeigen jedoch auch, dass sich die Aktivitäten der Jobcoaches stark auf die Unternehmen konzentrieren, die bereits Sozialhilfebeziehende eingestellt haben (und mit welchen sie vermutlich ein entsprechendes Vertrauensverhältnis aufbauen konnten). 75% der Unternehmen, die sich vorstellen können erstmalig Sozialhilfebeziehende einzustellen, waren noch nie in Kontakt. So empfehlen wir, Jobcoaches zu ermuntern, verstärkt auch auf Unternehmen zuzugehen, mit denen sie noch nicht in Kontakt waren. Dabei ist aber die Notwendigkeit zu berücksichtigen, dass die Jobcoaches zunächst ein Vertrauensverhältnis zu den Unternehmen aufbauen müssen. Das ist zeitintensiv, deshalb können nicht unbegrenzt viele Unternehmen erreicht werden.

7.3 Rahmenbedingungen für Probeeinsätze klären

Unter den Unternehmen besteht grosse Unsicherheit hinsichtlich der Rahmenbedingungen, unter denen (kürzere) Probeeinsätze und (längere) Praktika durchgeführt werden können. Sie sorgen sich, gegen geltende GAV zu verstossen und dem Vorwurf des Lohndumpings ausgesetzt zu werden. Wir empfehlen daher dringend, hier für die notwendige Rechtssicherheit zu schaffen, indem gemeinsam mit den Sozialpartnern Rahmenbedingungen definiert werden, die den Unternehmen Probeeinsätze und Praktika ermöglichen. Dies ist als umso dringlicher zu bewerten, sind Probeeinsätze der vermutlich geeignetste Weg, individuelle Informationsbedürfnisse zu befriedigen. Und auch Praktika ohne Anstellungsabsicht können für Sozialhilfebeziehende wichtige Meilensteine darstellen: Sie erlauben es, Erfahrungen im Arbeitsmarkt zu sammeln und damit auch ihre Arbeitsfähigkeit unter Beweis zu stellen.

7.3.1 Koordinationsbedarf

Hinsichtlich der Frage nach dem Bedarf für eine zentrale Plattform bzw. eine Kontaktstelle für das Thema Arbeitsintegration lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass es zwar keinen Bedarf für eine Zentralisierung der Informationsangebote gibt. Aber es gibt einen klaren Bedarf für eine Koordinationsstelle. Denn aus den Ergebnissen lässt sich ein klarer Koordinationsbedarf in den folgenden Bereichen ableiten:

1. Koordination mit den Sozialpartnern bezüglich der Durchführung von Probeeinsätzen und Praktika
2. Koordination mit den Anbietern der verschiedenen Informationsseiten, damit die Zugänge, welche die diversen Informationsseiten zu unterschiedlichen Zielgruppen haben, effizient genutzt werden können
3. Koordination mit den unterschiedlichen Stellen, die Jobcoaches nutzen, damit die Aktivitäten der Jobcoaches besser auf mehr Unternehmen verteilt werden können

Schliesslich bedarf es einer Stelle, welche die oben beschriebenen Kommunikationsmassnahmen zur Mobilisierung weiterer Unternehmen vorantreiben kann.

8. Empfehlungen

Empfehlung 1: Mobilisieren statt informieren

Anstelle einer Verbesserung des Informationsangebotes empfehlen wir auf Basis dieser Ergebnisse künftig verstärkt auf mobilisierende Kommunikationsmassnahmen zu setzen, um mehr Unternehmen für das Thema zu gewinnen.

Empfehlung 2: Zwischen allgemeinen und fallspezifischen Informationsbedürfnissen differenzieren

Die Informationsbedürfnisse der Unternehmen beziehen sich nicht allein auf die allgemeinen Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration. Unternehmen führen eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse durch, dazu benötigen sie fallspezifische Informationen zum Betreuungsaufwand und den Fähigkeiten des einzelnen Sozialhilfebeziehenden. Zur Adressierung dieser beiden Informationsbedürfnisse bedarf es unterschiedlicher Informationsstrategien.

Empfehlung 3: Notwendige Rechtssicherheit schaffen

Statt eines Informationsbedarfs, scheint eher ein Koordinationsbedarf zu bestehen. Wir empfehlen gemeinsam mit den relevanten Stakeholdern (Sozialpartner inkl. Gesetzgeber) Regelungen zu finden, die den Unternehmen die Rechtssicherheit geben, die sie brauchen, wenn es um die Durchführung unbezahlter und tiefbezahlter Probeeinsätze und Praktika geht. Dies könnten Weisungen, Erläuterungen oder Ausnahmeregelungen sein.

Empfehlung 4: Unterstützungsmöglichkeiten bekannter machen

Viele Unterstützungsmöglichkeiten scheinen noch nicht hinreichend bekannt zu sein – insbesondere solche Unterstützungsmöglichkeiten, die es den Unternehmen erlauben Probeeinsätze durchzuführen. So empfehlen wir zu prüfen, wie und über welche Kanäle diese stärker bekannt gemacht werden könnten.

Empfehlung 5: Vernetzung durch Koordination statt Zentralisierung

Die unterschiedlichen Internetseiten, auf denen Informationen angeboten werden, haben Zugang zu unterschiedlichen Zielgruppen und können die Informationen entsprechend der jeweiligen Zielgruppe aufbereiten. Wir empfehlen diese Möglichkeit der zielgruppenspezifischen Kommunikation zu nutzen. Dazu ist eine verstärkte Koordination zwischen den verschiedenen Informationsstellen notwendig, einerseits um die Qualität der Inhalte zu sichern; andererseits, um die notwendigen Verknüpfungen herzustellen, die es den suchenden Unternehmen erlaubt, rasch zu den Informationen zu gelangen, nach denen sie suchen.

Empfehlung 6: Persönlichen Informationsaustausch ermöglichen

Es gibt Unternehmen, die konkrete Fragen haben und vielleicht nicht selbst nach Informationen suchen wollen oder die Informationen, nach denen sie gesucht haben nicht finden konnten. Für

diese Unternehmen ist es wichtig, die Möglichkeit anbieten zu können in einem persönlichen Gespräch Fragen zu klären. Dies mag zwar aufwändig sein, ist aber der effektivste Weg, spezifische Informationsbedürfnisse zu bedienen. So empfehlen wir, die Ressourcen bereitzustellen, die notwendig sind, um eine Hotline anzubieten bzw. es möglich zu machen, mit Jobcoaches Kontakt aufzunehmen.

Empfehlung 7: Best-Practice-Beispiele nutzen

Für die Durchführung mobilisierender Kommunikationsmassnahmen empfehlen wir auf Best-Practice-Beispiele zu setzen.

Empfehlung 8: Rolle der Jobcoaches anerkennen und stärken

Auf Basis der Ergebnisse empfehlen wir, die entscheidende Rolle der Jobcoaches als Mittler von Informationen zu würdigen. Häufig können allein die Jobcoaches die Informationsbedürfnisse der Unternehmen bedienen, mehr über die Fähigkeiten und potentiellen Schwächen der einzelnen Sozialhilfebeziehenden zu erfahren.

Empfehlung 9: Jobcoaches sollten auch auf neue Unternehmen zugehen

Es gibt viele Unternehmen, die sich vorstellen können erstmals Sozialhilfebeziehende einzustellen und von der Unterstützung eines Jobcoaches profitieren könnten – insbesondere was die Klärung von Fragen zu den Rahmenbedingungen der Arbeitsintegration betrifft. Wir empfehlen die Jobcoaches zu ermuntern, vermehrt auch auf Unternehmen zuzugehen, mit denen sie noch nicht in Kontakt stehen.

Anhang

A.1.1 Auswertung der offenen Angaben

Bei der Frage, ob eine Einstellung der in den Fallbeispielen geschilderten Person vorstellbar wäre, wurden die Befragten gebeten, allfällige Bedingungen in einem offenen Textfeld zu schildern. Rund 400 Personen machten entsprechende Angaben. Nachfolgend werden die angesprochenen Aspekte mit absteigender Häufigkeit der Nennungen dargelegt.

- Sprache: Am häufigsten wurden Sprachkompetenzen genannt, wobei unterschiedliche Niveaus als erforderlich erachtet wurden (von A1 bis fließend). Vereinzelt wurden zudem Fremdsprachen oder Mundart gewünscht (z.B. in einem Altersheim).
- Berufliche Qualifikationen: Die Einstellung sei möglich, wenn die Person den Anforderungen des Stellenprofils entspricht resp. entsprechende berufliche Erfahrung und Qualifikationen vorweisen kann.
- Motivation: Die Person muss motiviert sein und Interesse an der Arbeit haben.
- Betrieblicher Bedarf / Kapazitäten: Die betriebliche Situation muss die Einstellung der Person erlauben.
- Teamfähig: Die Person muss soziale Kompetenzen mitbringen und ins bestehende Team passen.
- Hilfestellungen müssen gewährleistet sein. Insbesondere ein verlässlicher Ansprechpartner seitens der vermittelnden Institution / Coach.
- Ohne negative Kostenfolgen: Der zusätzliche Aufwand im Betrieb muss begrenzt sein oder aber durch einen niedrigen Lohn / Zuschüsse kompensiert werden.
- Die Person muss zuverlässig sein.
- Eine Probezeit / Schnuppertag muss erfolgreich absolviert werden.
- Langfristigkeit: Die Person will / kann auch langfristig beim Unternehmen bleiben
- Flexibilität hinsichtlich Arbeitspensum und -ort.
- Psychisch und physisch belastbar
- Rechtliche / administrative Fragen müssen geklärt sein
- Die Person muss kulturell integriert sein

A.1.2 Fragebogen der schriftlichen Befragung

Fallbeispiel 1

Ihre Erfahrungen

1. Haben Sie sich in den letzten drei Jahren mal mit der (möglichen) Anstellung einer sozialhilfebeziehenden Person (inkl. Personen aus dem Asylbereich) beschäftigt?

- Ja, mein Betrieb hat mal eine sozialhilfebeziehende Person eingestellt
- Ja, es kam dann aber doch nicht zur Anstellung
- Nein, wir haben uns noch nicht damit beschäftigt

2. Wurden Sie in den letzten drei Jahren mal mit Jobcoaches / Sozialarbeitenden bezüglich der Vermittlung einer Stelle für Sozialhilfebeziehende kontaktiert?

- Ja, mehrfach im Monat
- Ja, mehrfach im Jahr
- Ja, 1-2 Mal in den letzten drei Jahren
- Nein

3. a) Haben Sie in den letzten drei Jahren mal Informationen im Zusammenhang mit der Anstellung einer sozialhilfebeziehenden Person gesucht?

- Ja
- Nein

b) Wenn Ja: Haben Sie die Informationen, die Sie suchten, gefunden?

- Ja
- Nein

4. Für wie geeignet erachten Sie die folgenden Kanäle um Informationen über die Anstellung von Sozialhilfebeziehenden an Arbeitgebende zu richten?

	Sehr geeignet	Eher geeignet	Eher nicht geeignet	Gar nicht geeignet
Telefonische Ansprache durch Jobcoaches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönliche Ansprache durch Jobcoaches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewerbeausstellungen / Job-Messen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flyer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hotline für Fragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über Branchenverbände	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anhand von Beispielen der Erfahrungen anderer Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fallbeispiel

Eine 28-jährige Frau aus Syrien, welche seit 3 Jahren in der Schweiz wohnhaft ist und einen Flüchtlingsstatus innehat, würde gerne in Ihrem Betrieb ein dreimonatiges Praktikum absolvieren. Sie verfügt über eine Ausbildung und Arbeitserfahrung in Syrien, welche mit den in Ihrem

Betrieb benötigten Fähigkeiten verwandt ist, konnte jedoch in der Schweiz bisher nicht arbeiten und hat Grundkenntnisse in der deutschen Sprache.

5. Wie relevant sind für Sie die folgenden Informationen, wenn Sie in Erwägung ziehen würden, dieser Frau einen Praktikumsplatz anzubieten?

Informationen...	Sehr relevant	Eher relevant	Eher nicht relevant	Gar nicht relevant
... zum administrativen Aufwand und Betreuungskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu den Fähigkeiten der Person (z.B. Belastbarkeit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu administrativen und rechtlichen Fragen (z.B. Lohn/Vermeidung Lohndumping, Versicherungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu Unterstützungsmöglichkeiten (z.B. Coaching, Schulungsangebote, Teillohnmodelle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Welche Hilfestellungen würden Ihnen die Einstellung der Frau im Fallbeispiel erleichtern? Nennen Sie bitte die drei relevantesten.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vorselektion / Abklärung der nötigen Kompetenzen | <input type="checkbox"/> Schnuppertage / Probeeinsatz |
| <input type="checkbox"/> Externes Coaching | <input type="checkbox"/> Sprachförderung |
| <input type="checkbox"/> Förderung bei Bildungsdefiziten | <input type="checkbox"/> Einmaliger finanzieller Zuschuss |
| <input type="checkbox"/> Förderung der sozialen / kulturellen Kompetenzen | <input type="checkbox"/> Fortwährende finanzielle Unterstützung |
| <input type="checkbox"/> Interpretationshilfen zu ausländischen Diplomen | <input type="checkbox"/> Label "Sozial engagiertes Unternehmen" |

7. Könnten Sie sich vorstellen, diese Frau für ein dreimonatiges Praktikum einzustellen?

- Nein, das kann ich mir nicht vorstellen.
- Ja, das kann ich mir gut vorstellen.
- Ja, aber nur, wenn gewisse Bedingungen erfüllt sind. Nämlich:

Angaben zu Ihrem Unternehmen

8. Wie viele Personen arbeiten aktuell in Ihrem Unternehmen in der Schweiz?

1 bis 9 / 10 bis 49 / 50 bis 249 / 250 oder mehr / weiss nicht / keine Angabe

9. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Baugewerbe | <input type="checkbox"/> Handel |
| <input type="checkbox"/> Finanz- und Versicherungsdienstleistungen | <input type="checkbox"/> Land- und Forstwirtschaft |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (z.B. Anwaltskanzlei, Architektur) | <input type="checkbox"/> Öffentliche Verwaltung |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Dienstleistungen (z.B. Gebäudebetreuung, Coiffeur, Wäscherei, Temporärbüro) | <input type="checkbox"/> Verarbeitendes Gewerbe, Herstellung von Waren |
| | <input type="checkbox"/> Verkehr und Lagerei |

- Gastgewerbe
- Gesundheits- und Sozialwesen
- Weitere / Andere

Abschluss

10. Darf die Gesundheits-, Sozial- und Integrationsdirektion (GSI) Sie im Zusammenhang mit der Integration von Sozialhilfebeziehenden ggf. kontaktieren? Wenn ja, notieren Sie nachfolgend Ihre Kontaktdaten, welche wir an die GSI weiterleiten werden:

Fallbeispiel 2

Ihre Erfahrungen

1. Haben Sie sich in den letzten drei Jahren mal mit der (möglichen) Anstellung einer sozialhilfebeziehenden Person (inkl. Personen aus dem Asylbereich) beschäftigt?

- Ja, mein Betrieb hat mal eine sozialhilfebeziehende Person eingestellt
- Ja, es kam dann aber doch nicht zur Anstellung
- Nein, wir haben uns noch nicht damit beschäftigt

2. Wurden Sie in den letzten drei Jahren mal mit Jobcoaches / Sozialarbeitenden bezüglich der Vermittlung einer Stelle für Sozialhilfebeziehende kontaktiert?

- Ja, mehrfach im Monat
- Ja, mehrfach im Jahr
- Ja, 1-2 Mal in den letzten drei Jahren
- Nein

3. a) Haben Sie in den letzten drei Jahren mal Informationen im Zusammenhang mit der Anstellung einer sozialhilfebeziehenden Person gesucht?

- Ja
- Nein

b) Wenn Ja: Haben Sie die Informationen, die Sie suchten, gefunden?

- Ja
- Nein

4. Für wie geeignet erachten Sie die folgenden Kanäle um Informationen über die Anstellung von Sozialhilfebeziehenden an Arbeitgebende zu richten?

	Sehr geeignet	Eher geeignet	Eher nicht geeignet	Gar nicht geeignet
Telefonische Ansprache durch Jobcoaches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönliche Ansprache durch Jobcoaches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewerbeausstellungen / Job-Messen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Flyer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hotline für Fragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über Branchenverbände	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anhand von Beispielen der Erfahrungen anderer Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fallbeispiel

Ein 45-jähriger Mann ohne Lehrabschluss lebt seit einigen Jahren von der Sozialhilfe. In einem Beschäftigungseinsatz hat er seine Schlüsselqualifikationen verbessert und ist an einer Arbeitsstelle in Ihrer Branche interessiert.

6. Wie relevant sind für Sie die folgenden Informationen, wenn Sie in Erwägung ziehen würden, diesem Mann eine Stelle anzubieten?

Informationen...	Sehr relevant	Eher relevant	Eher nicht relevant	Gar nicht relevant
... zum administrativen Aufwand und Betreuungskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu den Fähigkeiten der Person (z.B. Belastbarkeit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu administrativen und rechtlichen Fragen (z.B. Lohn/Vermeidung Lohndumping, Versicherungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... zu Unterstützungsmöglichkeiten (z.B. Coaching, Schulungsangebote, Teillohnmodelle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Welche Hilfestellungen würden Ihnen die Einstellung des Manns im Fallbeispiel erleichtern? Nennen Sie bitte die drei relevantesten.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vorselektion / Abklärung der nötigen Kompetenzen | <input type="checkbox"/> Sprachförderung |
| <input type="checkbox"/> Externes Coaching | <input type="checkbox"/> Einmaliger finanzieller Zuschuss |
| <input type="checkbox"/> Förderung bei Bildungsdefiziten | <input type="checkbox"/> Fortwährende finanzielle Unterstützung |
| <input type="checkbox"/> Förderung der sozialen / kulturellen Kompetenzen | <input type="checkbox"/> Label "Sozial engagiertes Unternehmen" |
| <input type="checkbox"/> Schnuppertage / Probeeinsatz | |

8. Können Sie sich vorstellen, diesen Mann einzustellen?

- Nein, das kann ich mir nicht vorstellen.
- Ja, das kann ich mir gut vorstellen.
- Ja, aber nur, wenn gewisse Bedingungen erfüllt sind. Nämlich:

Angaben zu Ihrem Unternehmen

9. Wie viele Personen arbeiten aktuell in Ihrem Unternehmen in der Schweiz?

1 bis 9 / 10 bis 49 / 50 bis 249 / 250 oder mehr / weiss nicht / keine Angabe

9. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Baugewerbe | <input type="checkbox"/> Handel |
| <input type="checkbox"/> Finanz- und Versicherungsdienstleistungen | <input type="checkbox"/> Land- und Forstwirtschaft |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (z.B. Anwaltskanzlei, Architektur) | <input type="checkbox"/> Öffentliche Verwaltung |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Dienstleistungen (z.B. Gebäudebetreuung, Coiffeur, Wäscherei, Temporärbüro) | <input type="checkbox"/> Verarbeitendes Gewerbe, Herstellung von Waren |
| <input type="checkbox"/> Gastgewerbe | <input type="checkbox"/> Verkehr und Lagerei |
| <input type="checkbox"/> Gesundheits- und Sozialwesen | <input type="checkbox"/> Weitere / Andere |

Abschluss

10. Darf die Gesundheits-, Sozial- und Integrationsdirektion (GSI) Sie im Zusammenhang mit der Integration von Sozialhilfebeziehenden ggf. kontaktieren? Wenn ja, notieren Sie nachfolgend Ihre Kontaktdaten, welche wir an die GSI weiterleiten werden:

