



Konzeptfortschreibung – Projekt „Marktprojekt II“

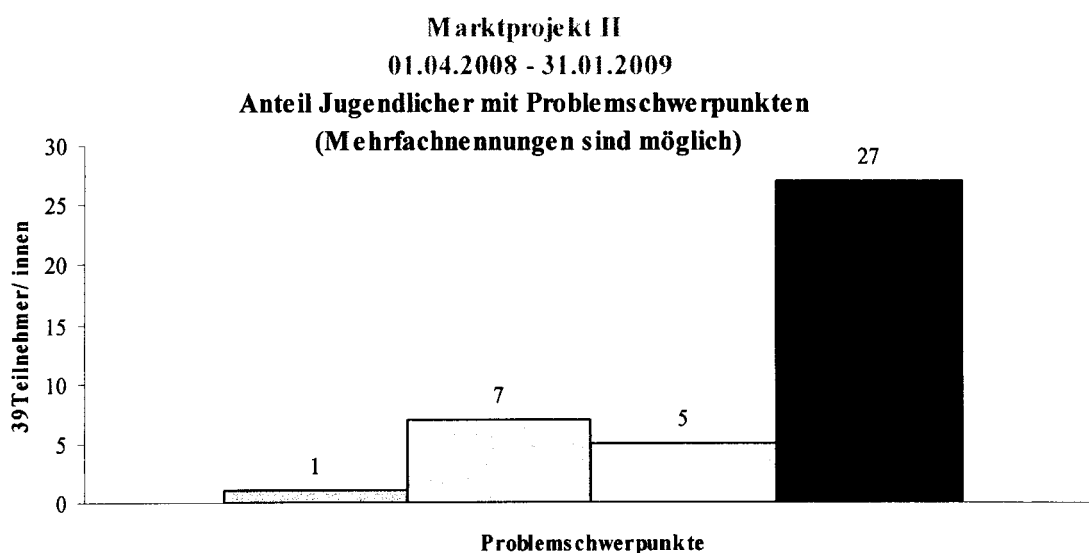
1. ZIELGRUPPE	2
1.1 Allgemeine Kennzeichen/ Besonderheiten, der uns zugewiesenen Klientel	2
1.2 Aufteilung nach Geschlecht	3
1.3 Alterskonstellation	3
1.4 Bildung	3
1.5 Teilnehmer mit Migrationshintergrund	4
2. PRAKTISCHE ARBEIT MIT DEN JUGENDLICHEN	5
2.1 Die Arbeitsgruppen	5
2.1.1 Der Kreativ- und Holzbereich	5
2.1.2 Das Büro	5
2.2 Der Markt	6
2.3 Der Bewerbungsprozess	7
3. ERKENNTNISSE	8
3.1 Erfahrungen in der praktischen Arbeit	8
3.3 Weitere Perspektiven	9
4. ANHANG	10

1. ZIELGRUPPE

Aufgrund eines besseren Schreibflusses wird in dieser Fortschreibung auf eine geschlechts-spezifische Schreibweise verzichtet und vorrangig in männlicher Form geschrieben. Insgesamt kann vorab schon erwähnt werden, dass das ursprüngliche Konzept weitestgehend seine Gültigkeit behält und damit nur wenige Veränderungen vorgenommen werden müssen. Die Fortschreibung dient gleichzeitig als Zwischenbericht über den bisherigen Verlauf des Projektes.

1.1 Allgemeine Kennzeichen/ Besonderheiten, der uns zugewiesenen Klientel

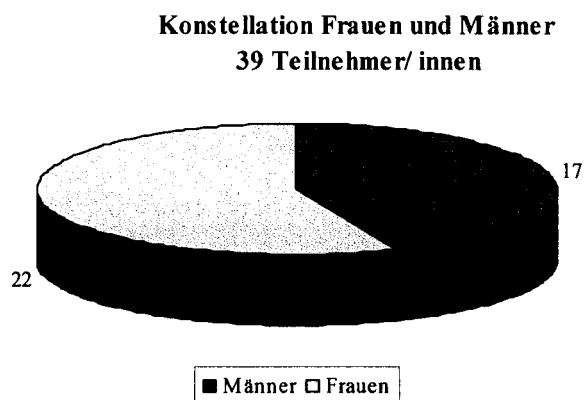
- Zugehörigkeit zu einer Bedarfsgemeinschaft bzw. eigener Leistungsbezug gemäß SGB II
 - Jugendliche zwischen 17 und 25 Jahren, die bereits ihre Schulpflicht erfüllt haben
 - sozialschwacher Hintergrund
 - frühe Elternschaft bzw. Jugendliche mit eigener Familie (1 – 2 Kinder)
 - Patch- Work- Familiensysteme (Scheidung, Stiefeltern usw.)
 - fünf Jugendliche mit gerichtlich bestellten Betreuer für Finanzen
 - psychische Erkrankungen
- drei Teilnehmerinnen haben die Maßnahme frühzeitig verlassen (2 Schwangerschaft, 1 krankheitsbedingt)
 - fünf Teilnehmer waren bereits in der Vergangenheit in psychologischer Behandlung
- Drogenkonsum und Alkoholmissbrauch bei sieben Teilnehmern vermutet
 - sieben Jugendliche mit langjähriger Jugendhilfeeferfahrung
 - Migrationshintergrund (fünf Teilnehmer)



<input type="checkbox"/> Erfahrungen mit JGG
<input type="checkbox"/> Erfahrungen mit JH
<input type="checkbox"/> Betreuer/ Bewährungshelfer
<input checked="" type="checkbox"/> Problemkonstellation - Jugendliche mit Psycho- Diagnosen und/ oder Drogen- und Alkoholproblemen

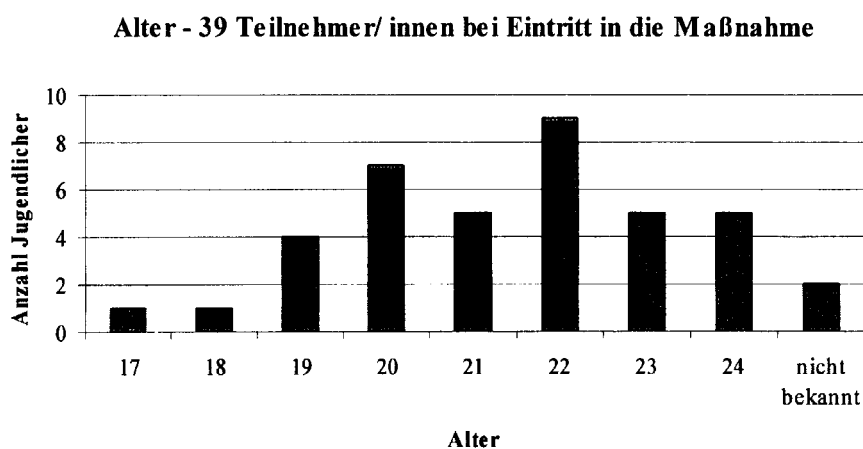
1.2 Aufteilung nach Geschlecht

In dem Projekt wurden bis zum 31.01.2009 neununddreißig junge Erwachsene betreut. Der Anteil Männer und Frauen zeigt sich in folgender Abbildung.



1.3 Alterskonstellation

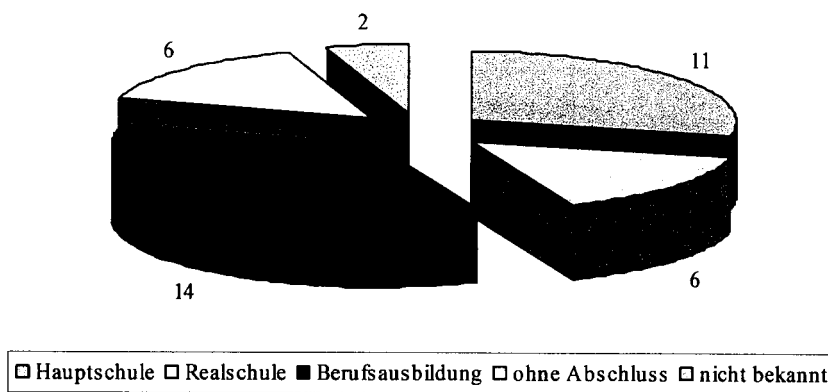
Der überwiegende Anteil der Teilnehmer ist zwischen 19 und 24 Jahre alt, also im optimalen Alter für eine Berufsausbildung bzw. einen Berufseinstieg. Zwei gemeldete Teilnehmerinnen erschienen nicht im Projekt, deshalb ist keine Altersangabe möglich.



1.4 Bildung

Die Teilnehmer des Projektes bringen hinsichtlich ihres kognitiven Entwicklungs- und Bildungsstandes sehr unterschiedliche Voraussetzungen mit (siehe Diagramm!). Eine hohe Anzahl der Teilnehmer verfügt über einen Haupt- bzw. Realschulabschluss und hat bereits eine abgeschlossene Ausbildung. Andere Teilnehmer wiederum, haben weder eine Ausbildung noch einen Schulabschluss. Zwei Teilnehmerinnen erschienen nicht im Projekt, deshalb ist keine Angabe über ihre Schul- bzw. Berufsausbildung möglich.

Marktprojekt II
Schul- und Berufsausbildung
(39 Teilnehmer/ innen)



Auffallend ist, dass nur zwei Teilnehmer eine Ausbildung auf dem ersten Arbeitsmarkt absolviert hatten. Die anderen Teilnehmer mit Berufsabschluss wurden mit Hilfe eines Bildungsträgers ausgebildet.

Anfangs hat sich die Unterschiedlichkeit innerhalb der Arbeitsbereiche sehr bemerkbar gemacht. Die Ausbilder wirkten dem von Anfang an entgegen, so dass ein deutlich besserer Gruppenzusammenhalt gegenüber dem Marktprojekt I entstanden ist.

Es wurden immer wieder Situationen geschaffen, in denen die schwächeren von den stärkeren Jugendlichen profitierten.

Mit Hilfe dieser Methoden lernten sie nicht nur Verantwortungsbewusstsein und Einfühlungsvermögen, sondern auch Akzeptanz gegenüber ihren Mitmenschen. Soziale Kompetenzen wurden von Arbeitgebern der heutigen Zeit immer mehr gefordert, daher sahen wir es als sehr wichtig an, diese Kompetenzen zu vermitteln.

1.5 Teilnehmer mit Migrationshintergrund

Im Projekt befanden sich bis zum 31.01.2009 fünf Teilnehmer mit Migrationshintergrund. Allgemein lassen sich diese Teilnehmer durch folgende Besonderheiten beschreiben.

- geringe Kenntnisse in der deutschen Sprache
- im sozialen Umfeld wird ausschließlich die Muttersprache verwendet

Den Teilnehmern ist selbst kaum bewusst, welche Konsequenzen erfolgen, wenn die deutsche Sprache hinsichtlich Berufsausbildung und Arbeit nicht erlernt wird.

Innerhalb des Marktprojektes sollte während der Arbeit möglichst nur deutsch gesprochen werden. Die Ausbilder versuchten, gezielt alle Teilnehmer in Gespräche mit ein zu beziehen, um den Lernprozess voran zu treiben.

In den ersten zwei bis drei Monaten hielten sich die nichtdeutschen Muttersprachler in den Pausen isoliert von den anderen Teilnehmern auf und hatten somit wenig Kontakt. Nach der Kennlernphase war zunehmend zu beobachten, dass sich die Teilnehmer besser integrierten.

Eine Teilnehmerin zeigte sich hoch motiviert. Sie arbeitete sehr zuverlässig, allerdings hatte sie große Sprachschwierigkeiten. Wir motivierten sie, einen Sprachkurs zu absolvieren. Um die Teilnahme an einen Deutschkurs bemühte sie sich selbständig. Diesen besucht sie seit Januar 2009.

2. PRAKTISCHE ARBEIT MIT DEN JUGENDLICHEN

2.1 Die Arbeitsgruppen

Die Jugendlichen wurden je nach Fähigkeiten und Interesse in die verschiedenen Arbeitsbereiche aufgeteilt. Zu den Arbeitsbereichen gehörten vorrangig:

- der Holzbereich
- der Kreativbereich
- Büro

Ein Wechsel innerhalb der Gruppe ist unter Absprache möglich und wird auch methodisch zur erneuten Motivation und auch zur Erprobung und zum Ausbauen ihrer Fähigkeiten eingesetzt. Im folgenden Abschnitt wird kurz erläutert, welche Fertigkeiten innerhalb der Bereiche erlernt werden können und welche Erfahrungen damit gemacht worden sind.

2.1.1 Der Kreativ- und Holzbereich

Erlernte Techniken und Fertigkeiten im Kreativbereich:

- Umgang mit der Nähmaschine, Nähen mit der Hand
- farbliche Gestaltung produzierter Ware (Training der Feinmotorik)
- Erlernen verschiedener handwerklicher Techniken (Töpferei, Floristik u. a.)
- backen im Lehmbackofen mit anschließendem Verkauf
- restaurieren von alten Stühlen und anderen Möbeln, polstern

Erlernte Techniken und Fertigkeiten im Holzbereich:

- Zuschneiden von Holz
- Bearbeitung von Holz
- sicherer Umgang mit Maschinen (z.B. Stichsäge, Dekupiersäge)
- Bau von verschiedenen Gegenständen aus Holz (z.B. Nistkästen, Tischplatten, Bänke, Blumenkästen, Obstkästen, Fensterdekorationen u. a.)
- Umsetzung von Bauplänen, Skizzen

Im Umgang mit Materialien wie Ton, Holz und Farben wird den Teilnehmern auch die Möglichkeit gegeben, sich auszu drücken.

Leistung, Genauigkeit und Zuverlässigkeit sowie entsprechendes Verhalten am Arbeitsplatz sind wichtige Indikatoren für das Herstellen qualitativ hochwertiger Produkte. Durch ständiges Training und einem ausgewogenen Maß an Lob und Kritik von Ausbildern und Teilnehmern werden diese Anforderungen, die auch die freie Wirtschaft stellt, von den Jugendlichen verinnerlicht.

2.1.2 Das Büro

Im Büro-Bereich wurden in der Vergangenheit nur sehr wenige Teilnehmer eingesetzt. Ursprünglich war geplant, dass ein bis zwei Teilnehmer die Verwaltung des Marktprojektes unter Anleitung erlernen und tätigen. Jedoch war es, bis auf eine Ausnahme im Marktprojekt I nicht möglich, Teilnehmer zu finden, die Interesse und Grundkenntnisse für Computer und kaufmännische Fähigkeiten mitbrachten.

Wir haben deshalb die Anforderungen an den Bürobereich heruntergesetzt, weil das kaufmännische Verständnis gering bzw. nicht vorhanden war.

Inhaltlich umfasst der veränderte Bürobereich folgendes:

- Ideensammlung
- Katalogbestellung
- Bildmappe bzw. Katalog erstellen und erfassen

Unsere Erfahrungen zeigten aber, dass ein Bürobereich unbedingt notwendig ist, um die Organisation und kontinuierliche Abrechnung (Inventur, Bestellung, Marktabrechnungen, Listen erstellen, ständige Aktualisierung u. a.) aufrecht zu erhalten. Eine gezielte Besetzung durch den Maßnahmeträger mit einem Teilnehmer (Bürofachkraft u. ä) würde diese unbefriedigende Situation ändern.

2.2 Der Markt

Wir haben insgesamt 48-mal den Marktstand präsentiert und unsere Waren angeboten. Aufgrund der ungünstigen Zeiten (die meisten Märkte finden am Wochenende statt) konnten wir dabei schnell eine rückläufige Entwicklung feststellen. Oft sind es immer wieder die gleichen Teilnehmer, welche sich freiwillig für die Wochenenddienste anbieten. Andere müssen immer wieder neu dazu motiviert werden. Positiv gegenüber dem Marktprojekt I ist festzustellen, dass auch Teilnehmer mit Migrationshintergrund auf Märkte führen. Diese Jugendlichen lehnten eine Arbeit auf den Märkten im ersten Projektdurchlauf ab. Die Gewinnausschüttung haben wir im stärkeren Maße von der Teilnahme an den Wochenendmärkten abhängig gemacht. Der Transport der Ware zu den Märkten wurde von den Ausbildern abgedeckt. Die Betreuung der Marktstände wurde von den Teilnehmern selbständig organisiert. Zum Beispiel wurde der Weihnachtsmarkt in Stendal von einer gelernten Verkäuferin aus dem Projekt organisiert. Sie hatte die Arbeitszeiten der Jugendlichen des Projektes, welche den Stand besetzen wollten, eingeteilt und die Kontrolle und Abrechnung selbständig durchgeführt. Zu bemerken ist, dass der Weihnachtsmarkt über vier Tage ging.

Als sehr positiv lässt sich der Umgang mit den Kunden beschreiben. Die Jugendlichen verkaufen ihre Produkte direkt an den Endverbraucher und bekommen somit auch ein direktes Feedback.

Oft kommt es vor, dass Kunden bestimmte Produktwünsche äußerten. Die Jugendlichen versuchten, die Wünsche der Kunden (Bestellungen) gemeinsam mit Hilfe der Ausbilder um zu setzen. Durch feste Terminabsprachen mit dem Endverbraucher lernten die Jugendlichen, die Fertigung des gewünschten Produktes zu planen und zu organisieren. Dabei mussten sie besonders auf die Einteilung der Herstellungszeit achten. Durch die Wiederholung dieses Planungsprozesses sind die Jugendlichen belastbarer geworden und lernten mit Zeitdruck um zu gehen.

Durch die Teilnahme an den Märkten wurden die Jugendlichen immer wieder mit der Realität des Arbeitsalltages konfrontiert (Arbeitszeit über 6 Stunden und an Wochenenden).

Die Jugendlichen machten die Erfahrung, dass sich auf bestimmten Märkten nur ganz bestimmte Produkte veräußern ließen. Einige Waren wurden produziert und nie verkauft. Die Produktlinie musste ständig verändert und verbessert werden, so dass ein besserer Umsatz erzielt wurde. Eine Steigerung der Umsätze wurde durch den Verkauf über unseren Hofladen und durch gezielte Aufträge erreicht.

2.3 Der Bewerbungsprozess

Hinsichtlich der kognitiven Verschiedenheit der Teilnehmer, ergab sich auch im Bewerbungsprozess eine sehr unterschiedliche Herangehensweise. Zu Beginn wurde mit Hilfe der Sozialpädagogin für alle Teilnehmer eine Bewerbungsmappe erstellt. Einige Teilnehmer konnten ab diesem Zeitpunkt sehr selbständig alle weiteren Unterlagen anfertigen und versenden. Zunehmend stellten wir fest, dass viele Teilnehmer eine ständige Hilfe benötigten. Dies lag zum Einen daran, dass sie kaum Kenntnisse im Umgang mit dem Computer hatten und zum Anderen, dass sie sehr ungenau arbeiteten (Datum wird nicht geändert, Adresse wird falsch abgeschrieben usw.).

Wöchentlich wurden alle Teilnehmer angesprochen, ihre Bewerbungen zu aktualisieren. Termine für die Nutzung des Computerraumes zur Vervollständigung der Bewerbungsunterlagen und zur Stellensuche wurden vom Ausbilder festgelegt. Auffallend war, dass fast jeder Teilnehmer direkt angesprochen werden musste. Nur wenige Teilnehmer erkannten, die Notwendigkeit, dass nur durch Eigeninitiative ihre persönliche Situation geändert werden konnte. Wir sehen hier nach wie vor einen großen Handlungsbedarf, um das Selbstwertgefühl der Teilnehmer zu stärken.

Parallel zum Anfertigen der ersten Bewerbungsunterlagen nahmen die Teilnehmer an einem internen Bewerbungstraining teil. In diesem Training simulierten wir Vorstellungsgespräche. Die Simulation wurde meist in einem sehr kleinen Rahmen (zwei bis vier Jugendliche) durchgeführt. Ein bis zwei Jugendliche wurden befragt, die Anderen saßen nur als Beobachter dabei und durften das Gespräch anschließend mit auswerten. Oft konnten die Jugendlichen durch diese Rollenspiele ihre Erfahrung praktisch erweitern und selbstsicherer im Umgang bei Bewerbungen auftreten. Eine Steigerung ihrer Motivation für Bewerbungen war dadurch einhergehend.

Erkenntnisse:

- Einige Teilnehmer führten 14-tägige Praktika in verschiedenen Betrieben durch. So konnten zwei Teilnehmer in Arbeit vermittelt werden. Die Möglichkeit während der Maßnahme ein Praktikum durch zu führen, wurde von den Teilnehmern sehr positiv bewertet. Bereits in ihren Bewerbungsanschriften wiesen die meisten Teilnehmer den Arbeitgeber auf eine mögliche Arbeitserprobung durch ein Praktikum hin. Für die Teilnehmer war es sehr wichtig, durch ihre eigene Arbeitsleistung überzeugend zu wirken.
- Die Zusammenarbeit mit Zeitarbeitsfirmen brachte bislang noch nicht den gewünschten Erfolg. Aber aufgrund der geringen Chancen, allein durch Bewerbungen einen Arbeitsplatz zu finden, ist die Zusammenarbeit mit Zeitarbeitsfirmen weiter aus zu bauen. Diese vermitteln zu einem Teil auch Menschen ohne Berufserfahrung bzw. ungelerntes Personal an verschiedene Firmen. Oftmals werden den Teilnehmern durch das Fehlen des Führerscheines oder eines PKW, ihre persönlichen Grenzen deutlicher bewusst.

3. Erkenntnisse

3.1 Erfahrungen in der praktischen Arbeit

- Der Polsterbereich wurde weiter ausgebaut. Es wurden vermehrt alte Stühle aufgearbeitet und im Hofladen verkauft. Zwei Teilnehmer zeigten sehr großes Interesse für Polsterarbeiten.
- Im Holzbereich wurde die Produktpalette erweitert. Besonders Geschenk- und Dekorationsartikel erwiesen sich als Verkaufsschlager. Obstkisten, Holzböcke und Tischplatten wurden für Einzelhändler gebaut. Eine Präsentation unserer Produkte im Internet konnte nicht umgesetzt werden, da wir keinen geeigneten Teilnehmer für den Bürobereich finden konnten bzw. die Anfertigung größerer Mengen nicht umsetzbar war.
- Die geplante Weiterführung des Imbissbereiches und der Ausbau eines Catering- Services konnten nicht realisiert werden. Das Interesse für diese Bereiche war bei den Teilnehmern sehr gering. Sie waren nicht in der Lage, trotz intensiver Anleitung durch den Ausbilder, die Organisation und fachgerechte Umsetzung selbständig zu leisten. Andererseits wurde an den Backtagen (einmal im Monat) sowie an Festveranstaltungen sehr gut mitgearbeitet. Jedoch benötigten die Teilnehmer viel Anleitung durch die Ausbilder.
- Die Dienstbesprechungen mit allen Teilnehmern fanden immer montags statt und wurden fester Bestandteil des Marktprojektes. Pünktlich erschienen die Teilnehmer, neue Ideen wurden vorgestellt, Auswertungen der letzten Märkte sowie die Terminvergabe für das Bewerbungstraining erfolgten.
- Die Arbeitsbereiche wurden kleinschrittiger und auf den Teilnehmer differenziert gestaltet. Dadurch erfolgte eine Spezialisierung und Qualitätssteigerung im Fertigungsprozess.
- Die Marktpräsenz und der Kundenstamm erhöhten sich, sind aber noch ausbaufähig.

Durch mehr Erfolg im Verkauf wollen wir eine erhöhte Identifikation der Teilnehmer mit dem Projekt erreichen. Folglich erhoffen wir eine Verbesserung der arbeitsmarktrelevanten Schlüsselqualifikationen, wie Pünktlichkeit, Verlass, Kontinuität und Belastbarkeit. Wichtig ist uns grundsätzlich die Stärkung der Selbstsicherheit, weil

selbstbewusste Jugendliche

- ihr Leben selbstverantwortlich regeln,
- leichter in Arbeit zu vermitteln sind,
- sich mehr zutrauen,
- die Versorgung durch ALG II nicht als Lösung auf Dauer ansehen.

3.2 Weitere Perspektiven

Die in der Auswertung der Perspektiven (Punkt 3.1 und 3.2) genannten Punkte sind auch für die Konzeptfortschreibung des Marktprojektes relevant und von höchster Priorität. Die Erkenntnisse und die Erfahrungen aus dem Marktprojekt I zeigen, dass die Maßnahme in ihren Anforderungen und Zielstellungen ständig reift. Zusätzliche Perspektiven halten wir für besonders wichtig:

- Der Ausbau der Marktpräsenz ist weiter fort zu führen, insbesondere durch feste Termine und Standorte. So soll der Marktstand regelmäßig ein- bis zweimal monatlich auf dem Bauernmarkt in Stendal vor Ort sein, um unseren Kunden einen festen Anlaufpunkt zu geben. Die Teilnahme an Wochenmärkten in den Städten der Umgebung soll zu einem festen Bestandteil des Marktprojektes werden.
- Die Präsentation des Marktstandes auf den umliegenden Dorffesten soll durch die Anschaffung eines mobilen Backofens erhöht werden. Erfahrungen zeigten, dass besonders auf Märkten der Verkauf von Speisen (Pizza, Kuchen) und Getränken durch die Marktbesucher großes Interesse findet..
- Verstärkte Einbringung des Marktprojektes bei der Vorbereitung und Durchführung von Stadt- und Dorffestjubiläen. So können die Teilnehmer z. B. Werbe- und Parkschilder fertigen, Transparente nähen, Schautafeln bauen und gestalten. Die Gestaltung von Spiel- und Bastelstraßen für Kinder möchten wir weiter ausbauen, da oft eine Nachfrage von den Veranstaltern kam.
- Die Zusammenarbeit mit anderen Vereinen und Institutionen (Pro-Familia, Betreuungsvereine, Volkshochschule u. a.) ist weiter auszubauen.
- Die Einrichtung eines festen Büroplatzes mit einem Teilnehmer (austauschbar) sehen wir als dringend notwendig an. Das Anfertigen von Verkaufslisten, die Inventur, die Vorbereitung der Märkte und die daraus resultierenden Abrechnungsarbeiten müssen von diesem Teilnehmer unter Anleitung selbständig organisiert werden.
- Die Präsentation und die stundenweise Besetzung des Hofladens soll weiter ausgebaut werden. Ein bis zwei Teilnehmer sollten unter Anleitung für den Hofladen und für eine ordnungsgemäße Lagerhaltung verantwortlich sein. Die Teilnehmer sollen dadurch mehr Verantwortung und Kontrolle für ihre Arbeit und ihre Produkte übernehmen. Gerade die ordnungsgemäße Lagerhaltung nach einem Marktbesuch fällt vielen Jugendlichen sehr schwer.

Durch die zusätzlichen Perspektiven möchten wir erreichen, dass die arbeitsmarktrelevanten Schlüsselqualifikationen bei den Teilnehmern weiter ausgebaut und gefestigt werden. Gerade Pünktlichkeit, Kontinuität und Teamfähigkeit sind in der heutigen Marktwirtschaft wichtige Faktoren.

4. ANHANG

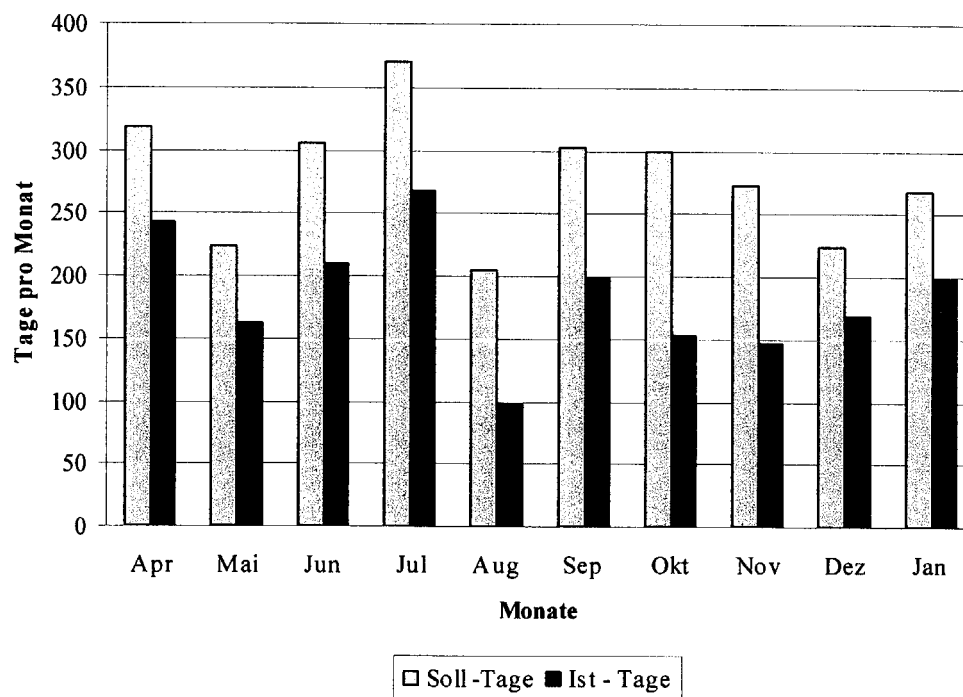
Anlage 1 An- und Abwesenheit im der Maßnahme Marktprojekt

Zeitraum: 01.04.2008-31.01.2009

Anzahl: 39 Teilnehmer

Die konkreten Zahlen beziehen sich auf die durchschnittliche Zahl der Projektteilnehmer im jeweiligen Monat (etwa 15 Teilnehmer). Insgesamt waren 39 gemeldete Teilnehmer in diesem Zeitraum in der Maßnahme, von denen 2 nicht im Projekt erschienen, aber bei den unentschuldigenden Tagen und Krankentagen mitgeführt wurden.

Anwesenheit der 39 Teilnehmer/ innen in Tagen



Anlage 2

Detaillierte Aufstellung der Abwesenheitskriterien

Zeitraum: 01.04.2008-31.01.2009

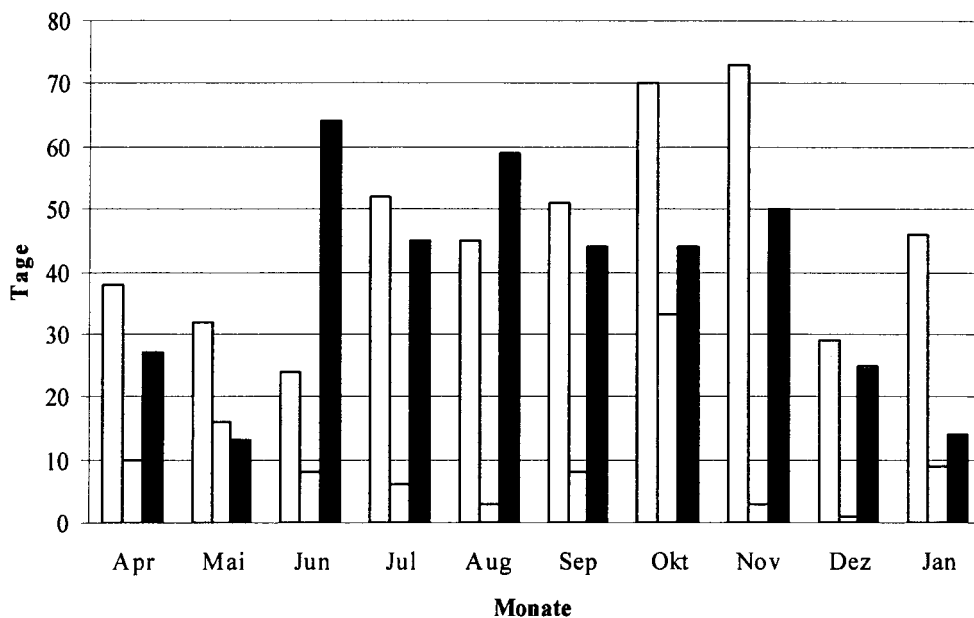
Anzahl: 39 Teilnehmer

Abwesenheitskriterien: Krankentage
Entschuldigte Tage (Termine bei Behörden, Facharzt u. a.)
Unentschuldigte Tage

Auffallend im Marktprojekt II ist der sehr hohe Krankenstand, der sich über den ganzen Maßnahmezeitraum erstreckt. Einige Teilnehmer waren am Stück bis zu 4 Wochen krank.

Wir haben in diesem Maßnahmezeitraum einige Teilnehmer mit starken psychischen Problemen. Oftmals waren diese Teilnehmer nicht in der Lage, zur Arbeit zu erscheinen. So kam es zu vielen unentschuldigten Fehltagen, die in Absprache mit der ARGE geduldet wurden. Durch Hausbesuche und tägliche Telefonate mit den Teilnehmern motivierten wir diese, die Maßnahme fort zu führen. Einige Teilnehmer erholten sich nach einer solchen Phase, andere verließen die Maßnahme (Kündigung durch ARGE und JW Hindenburg).

Eine Teilnehmerin war im Oktober zur Arbeitserprobung und wurde bei uns entschuldigt in der Abrechnung geführt (in Absprache mit der ARGE).



□ Krank □ Entschuldigte Tage ■ Unentschuldigte Tage