

Im Fokus: Profiling

Das Projekt IMAGE hat einen neuen praxisnahen Kooperationspartner gewonnen, der sein Know-how und seine Erfahrungen in das Projekt einbringen wird: Das Konsortium Kölner Beschäftigungsträger (KKB) GmbH mit dem Zentrum für Analyse von Potential und Fähigkeiten (ZAPF).

Gerlinde Bade, Projektleiterin IMAGE, befragte den Leiter des ZAPF, Günther Götz, zu Zielen und Arbeitsweise.

Herr Götz, skizzieren Sie bitte kurz die Arbeit des ZAPF.

Die Aufgabe des Zentrums für Analyse von Potenzial und Fähigkeiten (ZAPF) besteht darin, eine Grundlage für die Beratung, Qualifizierung und Vermittlung der Maßnahmenteilnehmenden des Konsortiums Kölner Beschäftigungsträger (KKB) zu schaffen. Dabei handelt es sich um Teilnehmende verschiedener Beschäftigungsmaßnahmen (Integrationsjob, Wege in Arbeit, Sprungbrett), die an einen der vier dem Konsortium zugehörigen Beschäftigungsträger (EVA, JHK, IBArbeitsprojekt, ZuZ), sowie an die Integrationsjob-Zentrale des KKB angebunden sind. Gezielte und professionelle Beratung setzt u. E. umfassende Erkenntnisse über individuelle Stärken, Fähigkeiten und die daraus resultierenden Potentiale und Entwicklungsmöglichkeiten voraus. Eine entsprechende Erhebung findet in einem einwöchigen Profiling durch verschiedene standardisierte psychologische Testverfahren und Simulationsübungen statt. Dies wird eingerahmt durch ein persönliches Aufnahmegespräch zu Beginn sowie ein umfassendes Feedback-Gespräch am Ende der Profilingwoche, in dem mit den Teilnehmenden die einzelnen Ergebnisse verständlich besprochen werden. So gelingt es in der Regel, ein möglichst umfassendes Bild des



Günther Götz, Leiter des ZAPF in Köln

Teilnehmenden zu erhalten, welches den Betreuenden die weitere Zusammenarbeit mit dem Teilnehmenden deutlich erleichtert.

Was macht das ZAPF aus? Was ist das Besondere des Profiling?

Besonders ist u.a. die Integration unterschiedlichster Verfahren (Interviews, Leistungstests, Persönlichkeitsfragebögen, Simulationsübungen), die es uns erlaubt, ein möglichst umfassendes Bild des Teilnehmenden zu gewinnen. Dabei liegt der Fokus unserer Betrachtung in erster Linie auf den Stärken des Einzelnen. Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt, die Kenntnis seiner Interessen, Bedürfnisse und Einstellungen sind für eine erfolgreiche berufliche Zielplanung ebenso wichtig wie vorhandene Qualifi-

kationen und Berufserfahrungen. Zudem gilt es, Qualifizierungsbedarf festzustellen und adäquate Qualifizierung anzubieten, so dass eine Beschäftigungsmaßnahme nicht zur Warteschleife wird, sondern spürbar der Weiterentwicklung dienlich ist. Durch diese flexible Denk- und Herangehensweise erhöhen sich in der Regel Akzeptanz und Teilnahmemotivation der Teilnehmenden, welche in unserem Verständnis wichtige Grundlagen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit darstellen. In unserem multiprofessionellen Team sind wir ferner um stetige Qualitätsverbesserung unseres Angebotes – orientiert am aktuellen Stand der Wissenschaft - bemüht. Enger Kontakt zu den einzelnen Beschäftigungsträgern (bzw. den einzelnen Betreuer/innen) liefert laufend Feedback über den Nutzen unserer Arbeit und ermöglicht eine zeitnahe Anpassung an veränderliche Anforderungen. So findet eine ständige Weiterentwicklung unseres Angebotes statt, welches sich zudem auf unterschiedliche Zielgruppen ausrichten lässt.

Welches Image haben Betriebe der Sozialwirtschaft?

Das Image, das den Betrieben der Sozialwirtschaft anhaftet, ist in der Regel nicht das Beste. Häufige Zuschreibungen sind: weltfremd, reden über Dinge, von denen sie keine Ahnung haben und tun gleichzeitig zu wenig, wissenschaftlich nicht up to date, unwirtschaftliches Arbeiten, Gelder verschwenden, die anderweitig besser eingesetzt wären, Mangel an zielorientierter Arbeit, insgesamt nicht zeitgemäß.

Wo sehen Sie den Zusammenhang zu IMAGE?

Allen o.g. Negativwertungen wirken wir durch unsere Arbeit entgegen. Durch die beschriebene

teilnehmer/innenorientierte Sichtweise schaffen wir auf hohem qualitativen Niveau eine Basis für eine passgenaue Beratung und Begleitung in der Zeit bei den Betrieben der Sozialwirtschaft. Dies bildet die Grundlage für ein positives Image, sowohl bei den Teilnehmenden, als auch bei den Auftraggeber/innen.

Was sind für Sie zentrale Aspekte, die in einem solchen Entwicklungsprozess in den Blick genommen werden sollten?

Vernetzung, Verbesserung der Kommunikationswege, professionelle Präsenz in der Öffentlichkeit, denn die Qualität ist oft besser als der Ruf. Es gilt, den einzelnen Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, die Bedürfnisse und die Themen der Teilnehmenden ernst zu nehmen und sie wertzuschätzen, denn sie haben einen deutlichen Einfluss auf die Verbreitung des Images. Den Blick auf den/die Einzelne/n gerichtet, muss die notwendige gesellschaftspolitische Bedeutung der Betriebe der Sozialwirtschaft für die gesamte Arbeitsmarktpolitik verdeutlicht werden. Die Realität zeigt unmissverständlich, dass ein geförderter Arbeitsmarkt unumgänglich ist. Kritische Stimmen sollten nicht unter den Tisch gekehrt werden, sondern zum Anlass für Weiterentwicklung und Umdenken genutzt werden.