

# "Social Franchising" für Integrationsbetriebe

Autor(en): **Brennwald, Beni**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitschrift für Sozialhilfe : ZESO**

Band (Jahr): **115 (2018)**

Heft 1

PDF erstellt am: **18.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-839873>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# «Social Franchising» für Integrationsbetriebe

**PLATTFORM** Die berufliche Integration von Menschen in der Sozialhilfe steht in einem komplexen Spannungsfeld unterschiedlicher Ansprüche. Das «Grundlagenwerk» will mit einem noch kaum beachteten Ansatz – dem «Social Franchising» – eine Optimierung für alle Beteiligten erwirken, insbesondere für kleine und mittlere Sozialunternehmen.

Berufliche Integration ist eine komplexe Aufgabe, die weit über Bewerbungsbemühungen ausgeht. Dies vor allem, wenn es sich um Menschen handelt, bei denen psychosoziale Beeinträchtigungen einen gelingenden Eintritt in den Arbeitsmarkt erschweren. Die Beeinträchtigungen reichen von Resignation oder Motivationsschwierigkeiten über unverarbeitete, teils traumatische Erlebnisse beim Ausscheiden aus dem Arbeitsprozess bis zur gesamten Bandbreite an psychischen Beeinträchtigungen und Störungsbildern.

Soll die Integration gelingen, bedingt dies oft eine interdisziplinäre Zusammenarbeit der involvierten Fachpersonen und entsprechend ausgerichtete Betriebe und Programme. Deren grösste Herausforderung ist die Gleichzeitigkeit einer niedrigen Einstiegsschwelle zur Zielgruppe mit Eingliederungspotenzial und einem bestenfalls ebenso schwellenlosen Übergang zur freien Marktwirtschaft. Dieser Brückenschlag wurde bis vor einigen Jahren weitgehend von Sozialunternehmen mit Integrationsprogrammen versucht. Inzwischen (und spätestens seit dem Paradigmenwechsel durch die IV-Revisionen 5/6a) drängen verschiedene Zusatzleistungen auf den Markt, um die Verbindung zwischen den sozialtherapeutischen und den marktwirtschaftlichen Angeboten herzustellen. Es wird vermehrt auf eine Mischung aus «Supported Employment», verschiedenen Assessments, Job-Coaching, Kursen und kurzzeitigen Qualifizierungsprogrammen gesetzt. Vonseiten der Marktwirtschaft versuchen ergänzend Sozialfirmen, der Zielgruppe ihrerseits die Hand zu reichen.

Das «Grundlagenwerk» will mit dem noch kaum beachteten Ansatz des «Social Franchising» eine Optimierung dieser Bemühungen für alle Beteiligten, insbe-

sondere aber für kleinere und mittlere Sozialunternehmen, erwirken. «Social Franchising» baut methodisch weitgehend auf das Erfolgskonzept des marktüblichen Franchisings. Während ein Franchisegeber das Betriebskonzept entwickelt und unterhält, wird dieses von seinen Franchisenehmern an regionalen Standorten umgesetzt (etwa Gastrobetriebe, Supermärkte, Tankstellen, Bildungsstätten).

## Rendite zum Nutzen aller

Damit erhält ein vergleichsweise kleiner Betrieb die Werkzeuge eines Grossbetriebes an die Hand. Nebst optimierten Arbeitsprozessen und marktauglichen Leistungen profitiert er von einer weitreichenden Marktpräsenz, wird in Kampagnen eingebunden und seine Dienstleistung wird fortlaufend weiterentwickelt. Im Gegenzug leistet der Franchisenehmer eine sogenannte Franchise-Gebühr. Der entscheidende Unterschied im «Social Franchising» liegt allerdings im Ziel der Unternehmung. Während das marktübliche, profitorientierte Franchising seinen Gewinn zu steigern versucht, will das «Social Franchising» primär den Nutzen der Unternehmung maximieren. Entsprechend sind Lizenzgeber von «Social Franchising»-Konzepten ausgewiesene Non-Profit-Unternehmen mit gemeinnützigem Ziel, und ihre Lizenznehmer identifizieren sich mit deren gemeinnützigem Ziel. Jegliche Rendite wird dabei in die Weiterentwicklung des Gesamtkonzeptes

## PLATTFORM

Die ZESO bietet ihren Partnerorganisationen diese Rubrik als Plattform an, auf der sie sich und ihre Tätigkeit vorstellen können: in dieser Ausgabe dem «Grundlagenwerk», einer Non-Profit-AG.

investiert und kommt so wiederum den Franchisenehmern zugute.

## Vorteile aus zwei Lagern

Bislang sind Integrationsbetriebe gefordert, eigene Betriebskonzepte zu entwickeln und diese – was die Arbeitsbedingungen (Arbeitszeit, Pünktlichkeit etc.) angeht – möglichst wirtschaftsnah zu gestalten. Die oft subventionierten oder nicht-profitorientierten Unternehmen verfügen dabei selten über Investitionskapital und personelle Ressourcen zum Aufbau solcher Betriebskonzepte. Das «Social Franchising» kann hier die Vorteile aus zwei Lagern zusammenbringen, indem es dem Integrationsbetrieb ein schlüsselfertiges, bewährtes Betriebskonzept liefert. Naturgemäss sind in Integrationsbetrieben Fachwissen, teilweise jahrzehntelange Erfahrung und interdisziplinäre Vernetzung zur Begleitung und Förderung der Teilnehmenden vorhanden. Ressourcen, die angesichts der zunehmenden psychosozialen Komponente einer erfolgreichen Integration dringend näher am Arbeitsmarkt benötigt werden.

Eine solche Zusammenarbeit bringt Vorteile. Dem Integrationsbetrieb entfallen dadurch die Entwicklungskosten, und ein gelingender Markteintritt ist weitgehend garantiert. Dank den vorhandenen Erfahrungswerten des Franchisegebers können schon im Vorfeld realistische Prognosen zur Wirksamkeit bei spezifischen Zielgruppen, zur Integrationsquote oder zu den erwartbaren Unterhalts- und Personalkosten sowie zum Raumbedarf gemacht werden.

Der Franchisegeber entwickelt das Betriebskonzept in Zusammenarbeit mit seinen Franchisenehmern kontinuierlich weiter und sichert deren Marktposition. Aufgrund des Netzwerks und der Non-

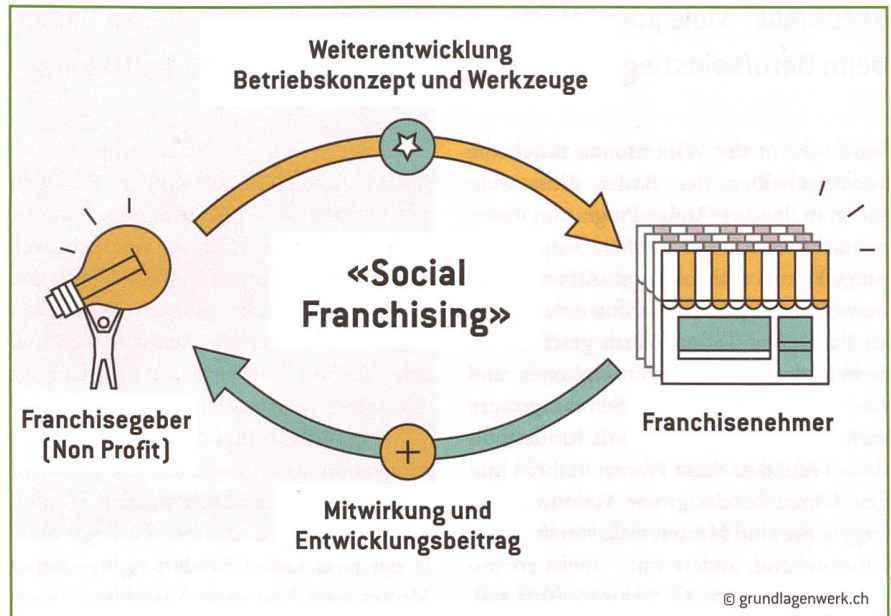
Profit-Ausrichtung, stehen dem Franchisegeber dazu erheblich mehr Ressourcen zur Verfügung als einem einzelnen, unabhängigen Kleinbetrieb. Durch die Zentralisierung des Entwicklungsaufwandes können sich die Fachpersonen beim Franchisenehmer auf ihr Kerngeschäft – die Begleitung von Personen mit Integrationspotential – konzentrieren.

Der systematische Aufbau eines «Social Franchising»-Systems und dessen ausführliche Dokumentation vereinfachen zudem das Qualitätsmanagement und sichern den Know-How-Transfer bei personellem Wechsel. Denn oft sind insbesondere in kleineren Integrationsbetrieben die Dienstleistungen aufgrund organischen Wachstums auf die Mitarbeitenden zugeschnitten, sodass personelle Wechsel den gesamten Betrieb gefährden können.

Dank diesen und weiteren Vorteilen können Integrationsbetriebe einen praxistauglichen Marktzugang erhalten, ohne selber die unternehmerischen Aufwände und Risiken tragen zu müssen. «Social Franchising» bringt bestehendes Fachwissen aus Sozialunternehmen und Integrationsbetrieben kosteneffizient und zeitnah in den ersten Arbeitsmarkt.

#### Projekt Restwert und Umweltfreunde

Anfang 2016 entwickelte das «Grundlagenwerk» mit dem kaufmännischen Qualifizierungsprogramm Projekt Restwert ein erstes Betriebskonzept. Seither wurde dieses im Rahmen eines Pilotbetriebes und unter Mitwirkung von Branchenverbänden und Leistungserbringern fortlaufend evaluiert und weiterentwickelt. Seit Anfang 2018 sichert eine spezifisch entwickelte Software die zeitgemässe Qualifizierung der Teilnehmenden. Im Rahmen des «Social Franchising» stellt das «Grundlagenwerk» seinen Partnern unter anderem das Handbuch, Prozessbeschreibungen, Geschäftsdokumente, Software, eine regionale Website sowie Beratungsdienstleistungen zu Verfügung. Dadurch ist es grundsätzlich möglich, innerhalb weniger Monate einen kompletten, markterprobten Integrationsbereich zu realisieren. Das Projekt Restwert



«Social Franchising» bringt bestehendes Fachwissen aus Sozialunternehmen und Integrationsbetrieben kosteneffizient und zeitnah in den ersten Arbeitsmarkt.

wird ab Sommer 2018 zur regionalen Multiplikation für interessierte Sozialunternehmen bereitstehen.

Ein weiteres Betriebskonzept befindet sich seit Ende 2017 in der Testphase. Die «Umweltfreunde», eine regional realisierbare Recyclingdienstleistung, spezifisch für kleinere und mittlere Sozialunternehmen, wurde entwickelt. Weitere Ableger sind spätestens auf Herbst 2018 geplant.

Das «Grundlagenwerk» ist eine Non-Profit-AG, und die Beteiligten sind selber in der Branche tätig. Es erhofft sich, durch dieses und weitere Konzepte das vorhandene Know-how aus sozialtherapeutischen Einrichtungen wieder näher an die Wirtschaft bringen zu können. Am Ende müssen sich alle Involvierten die Hand reichen, damit der Brückenschlag für wirksame Integration gelingt. Eine Ressourcenoptimierung im beschriebenen Sinne kann diese Entwicklung allerdings wesentlich beschleunigen. ■

**Beni Brennwald**

**Geschäftsleiter «Grundlagenwerk»**

Weitere Informationen unter

[www.grundlagenwerk.ch](http://www.grundlagenwerk.ch)

[www.projekt-restwert.ch](http://www.projekt-restwert.ch)

[www.umweltfreunde.ch](http://www.umweltfreunde.ch)