

**Für die Gesamtleistung „Gestaltung des Übergangs auf den allgemeinen Arbeitsmarkt für Werkstatt-Beschäftigte“ sind QUERSCHNITTSAUFGABEN zur Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit zu berücksichtigen.**

### **Was ist das Ziel?**

Das Angebot „**Übergangsmanagement aus der WfbM in den allgemeinen Arbeitsmarkt**“ ist bei den maßgeblichen Akteuren bekannt, wird nachgefragt und im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten und individuellen Unterstützungsbedarfe finanziert. Dafür müssen Menschen mit Behinderung und ihre privaten sowie professionellen Unterstützer/innen, Einrichtungen der Behindertenhilfe wie z. B. WfbMs und Schulen sowie Arbeitgeber/innen in der Region laufend informiert und sensibilisiert werden. Mit den Akteuren müssen Kooperationsverhandlungen geführt werden und fallunabhängig die Zusammenarbeit gepflegt werden.

Die verantwortlichen Leistungsträger werden über die Angebote des Fachdienstes informiert und können auf diese auch durch Gewährung eines Persönlichen Budgets zurückgreifen, vorausgesetzt es besteht auch ein Sachleistungsanspruch. Grundlage für die zu schließende Zielvereinbarung kann das abgegebene Angebot des Leistungserbringers bilden. Durch transparente Modulbeschreibungen wird Klarheit und Verbindlichkeit im Übergangsprozess von der Werkstatt für Menschen mit Behinderung zum allgemeinen Arbeitsmarkt hergestellt.

### **Wie erreiche ich das Ziel?**

- Zielgruppenbestimmung, um den Weg der Ansprache bzw. Kundengewinnung zu definieren.
- Einen Marketingplan erstellen und umsetzen, um das (budgetfähige) Angebot bekannt zu machen.
- Kontinuierliche Pressearbeit mit Best-Practise-Beispielen durchführen.
- Professionelles und schriftliches Informationsmaterial der Leistungen erstellen und verbreiten, auch mit dem Hinweis der Budgetfähigkeit.
- Events, Messen, Feste nutzen, um auf das Angebot (z. B. durch Standpräsenz, Stellwände) aufmerksam zu machen.
- Vorträge vor Fachpublikum halten und persönliche Gespräche führen, damit Berater/innen von behinderten Menschen das Angebot kennen und weiterempfehlen können (z. B. vor Angehörigen, Sozialdiensten, Schulen, Gesetzlichen Betreuern, Psychiatrischen Kliniken und Praxen; Beratungsstellen, Servicestellen, Ärzten, Sozialpädagogen, Psychologen, Arbeitserzieher/innen, Selbsthilfegruppen, Interessenvertretungen).
- Kooperation mit Schulen aufbauen und pflegen.
- Kooperation mit Werkstätten für Menschen mit Behinderung aufbauen.
- Für das Angebot in der Werkstatt für behinderte Menschen werben (Geschäftsführung, Sozialdienst, Gruppenleiter, Werkstatt-Räte, behinderte Beschäftigte).
- Schulungen für Werkstatt-Räte durchführen.
- Sprechstunden in der WfbM anbieten.
- Bekanntmachung bei Leistungsträgern (Vorträge, Gespräch, schriftliches Material).
- Gremienarbeit.
- Jede/r Mitarbeiter/in der eigenen Organisation muss über die Budgetfähigkeit von Leistungen informiert sein (hausinterne Newsletter, Rundschreiben, Mailing-Systeme,

- Aushänge, Mitarbeiter/innen-Versammlungen, Fortbildungen, Mitarbeiter/innen-Gespräche etc.).
- Arbeitgeber-Netzwerke wie z. B. die IHK, Handwerkskammern, Innungen, Lions-Club, Rotary nutzen und für die Integration von Menschen mit Behinderung sensibilisieren und gewinnen.
- Die Sprache ist an die jeweilige Zielgruppe anzupassen bzw. leichte Sprache muss verwendet werden.