

## Das Spannungsfeld Job-Coaching aus der Sicht von Anbieter-Organisationen

---



**Claudio Deragisch**

Geschäftsführer Kiebitz Basel, NPO Manager VMI,  
Gastdozent Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW

---

Claudio Deragisch 46 Jahre alt und verfüge über einen Executive Master Abschluss in Nonprofit Management der Universität Freiburg.

Ich bin seit etwas mehr als 20 Jahre in der Arbeitsintegration tätig. In dieser Zeit durfte ich als ausgebildeter Arbeitsagoge mit einem gastronomischen Hintergrund verschiedene Angebote kennen lernen und dabei die Entwicklung des Job Coachings hautnah erleben. Seit 2015 bin ich als Geschäftsführer des Vereins Kiebitz in Basel tätig und in dieser Aufgabe täglich mit den Herausforderungen rund um das Thema beschäftigt.

---



**Mariane Dubach**

Geschäftsführerin impiega ag

---

Marianne Dubach, 58-jährig, MAS in Betriebswirtschaftlichem Management von NPO (FHNW), seit 2004 in der Arbeitsintegration tätig.

Ich habe die Soziale Stellenvermittlung beim Gewerbeverband Basel-Stadt und das Job-Coaching einer Institution im IV-Bereich mitaufgebaut. Heute leite ich meine 2017 gegründete Firma impiega ag. Mit Standorten in Basel und Aarau sind wir als private Stellenvermittlung im Auftrag von Kantonen und Gemeinden direkt an der Schnittstelle zwischen Sozialem und Wirtschaft tätig.

# Das Spannungsfeld Job-Coaching aus der Sicht von Anbieter- Organisationen

**Marianne Dubach,**  
MAS Betriebswirtschaftliches Management für  
NPOs,  
Gründerin und Geschäftsführerin impiega AG

impiega

Beratung. Vermittlung. Arbeit.

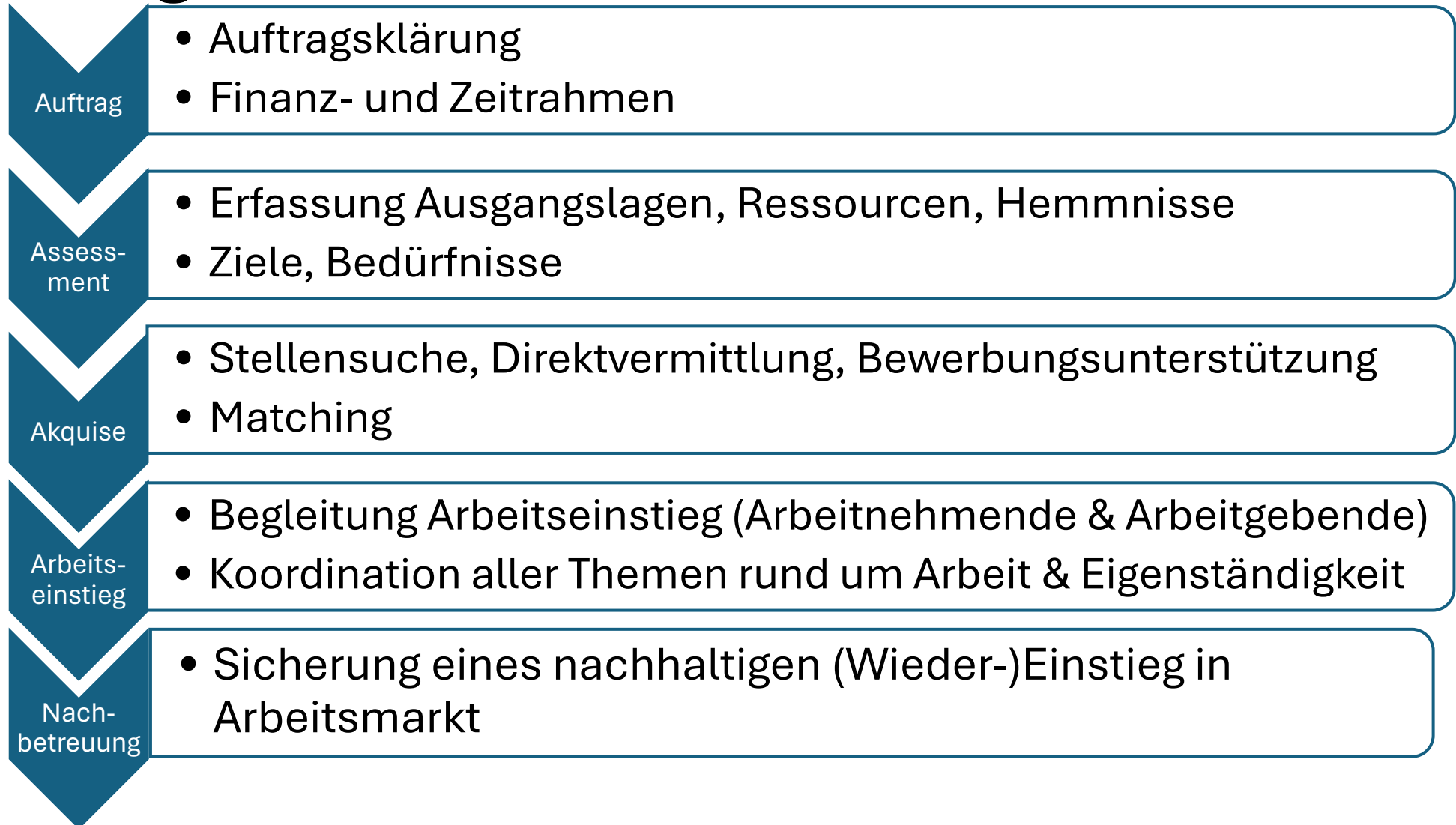
**Claudio Deragisch,**  
MAS Nonprofit Management VMI, Gastdozent  
FHNW

 **DERAGISCH**  
CONSULTING

# Vertiefungsthemen für dieses Forum

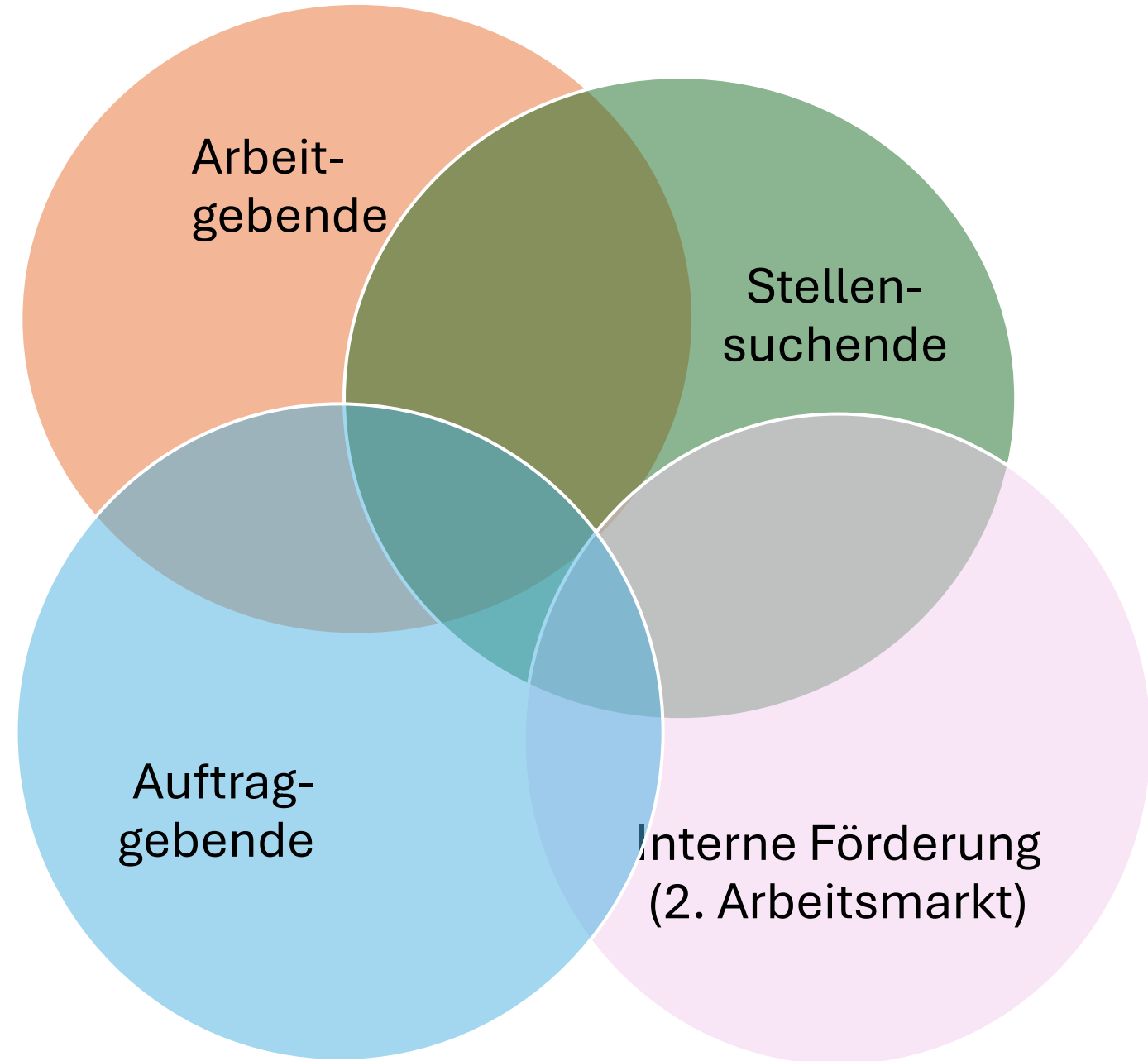
- Job Coaching : Fünf Schwerpunkte im Prozessablauf
- Stakeholder : Arbeitssuchende - Arbeitgebende - Auftraggebende und wer sonst noch im Spiel ist
- Kritische Spannungsfelder beim Job Coaching
- Drei Praxisthemen im Fokus

# Job Coaching

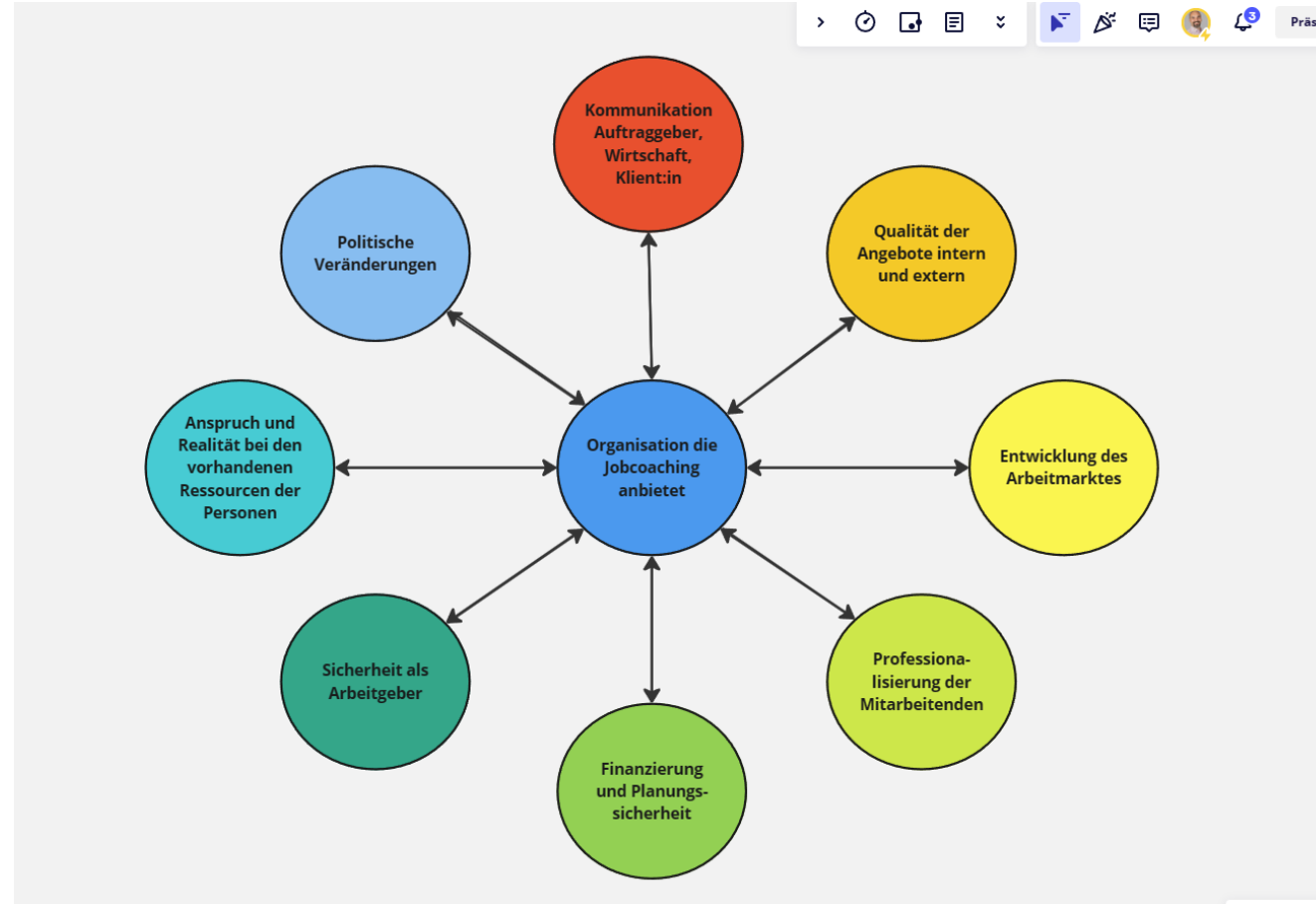


# Zentrale Stakeholder

- Arbeitgeberende / Wirtschaft
- Arbeits- & Stellensuchende
- Auftraggebende Stelle / Finanzierende
  
- Arbeitstraining / Beschäftigung (intern)
- Weitere:
  - Soziales Umfeld
  - Unterstützende (Arzt, Beratungsstellen)
  - Massnahmen anbietende (Bildung, andere)
  - Politik/Recht
  - usw.



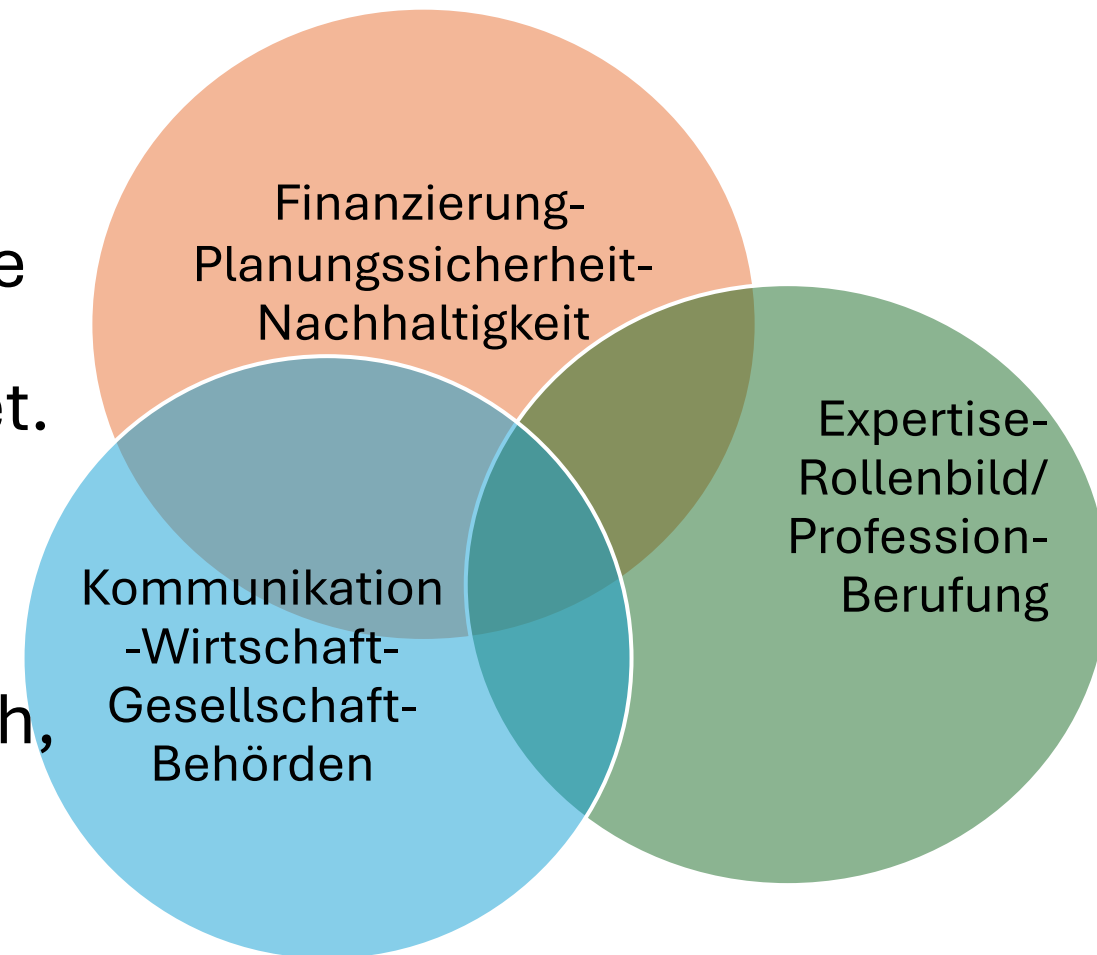
Organisationen die Job Coaching anbieten bewegen sich in einem vielfältigen, herausfordernden Umfeld!  
Welche Faktoren müssen gegeben sein damit es gelingt all diesen Ansprüchen gerecht zu werden?



# In diesem Forum möchten wir mit euch gerne folgende drei Spannungsfelder genauer unter die Lupe nehmen

Dabei geht es uns immer um zwei Blickwinkel. Erstens um den der Person, die Jobcoaching ausübt, und zweitens um den der Organisation, die Job Coaching anbietet.

Im guten Fall gibt es bereits einen gemeinsamen Nenner zwischen diesen beiden Parteien, es ist aber auch durchaus möglich, dass sich hier bereits ein grosses Spannungsfeld öffnet.



# Spannungsfeld

## Finanzierung - Planungssicherheit - Nachhaltigkeit

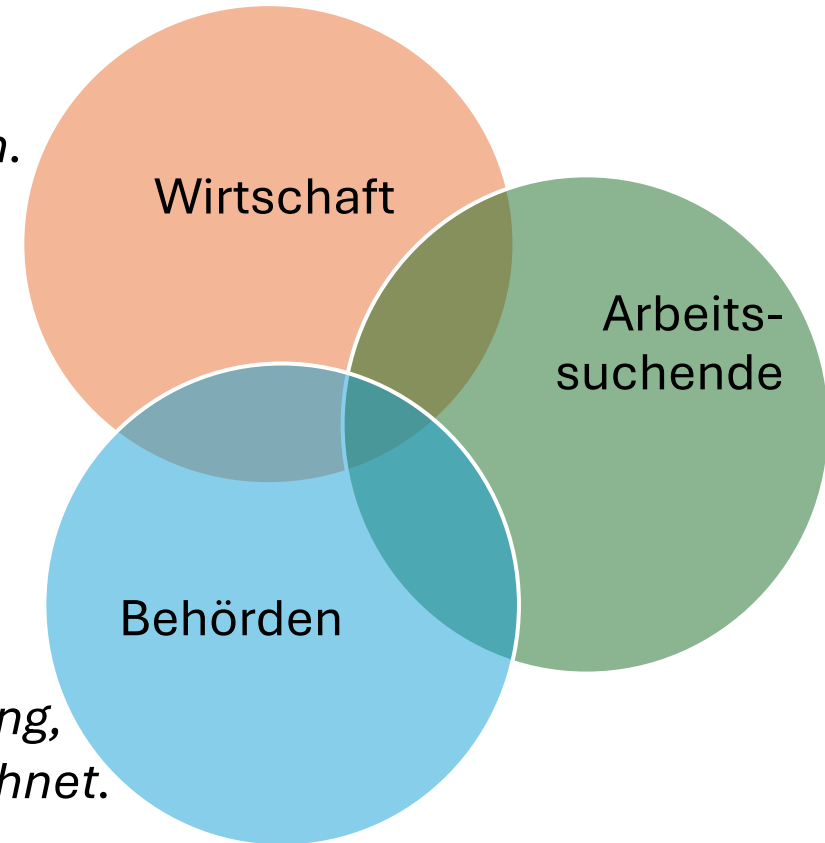
- **„First place“ .. und dann plötzlich allein!**

*Vermittelt ist schnell, aber dann fangen die Missverständnisse erst an. Arbeitgebenden fordern Unterstützung, Zuweisende schliessen das Dossier.*

- **„Leben im Paralleluniversum“ ... oder wieviel Gratisarbeit soll ich machen?**

*Hypothese: Der Finanzierungsprozess ist (nicht) an den Begleitprozess gekoppelt.*

*Realität: Das Kerngeschäft (Akquise, Netzwerk, Direktvermittlung, HR, Verkauf) wird als Leistung nicht finanziert/abgerechnet. Nachhaltige Begleitung ist zeitlich beschränkt (bis max. Probezeit).*



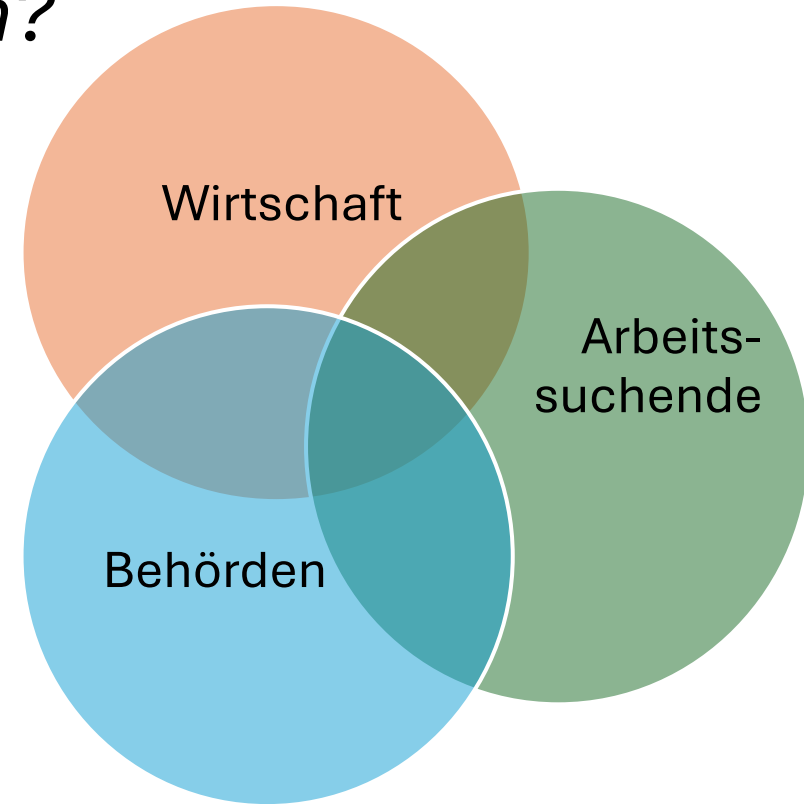


# Spannungsfeld

## Finanzierung - Planungssicherheit - Nachhaltigkeit

*..ist eine Erfolgspauschale sozialverträglich?*

- Direktvermittlung in Lohnarbeit wird immer mehr gefordert. Ist ein neues Jobprofil (Sales). Erfordert neue Kompetenzen, die müssen bezahlt werden. Wie ist es möglich so etwas im Tarif abzubilden?
- Die neue Disziplin hat kulturellen Einfluss auf die Organisation. Wie gehen wir mit diesen psychosozialen Prozessen um?
- Wie stellen wir sicher das das aufgebaute Netzwerk bei uns in den Organisationen bleibt.
- Ist eine Erfolgspauschale wie wir es aus der klassischen Vermittlung kennen eine spannende Option für die Organisationen?
- Wie erfüllen wir unseren Produktionsauftrag wenn die Fluktuation an den Arbeitsplätzen erhöht wird, und die produktivsten Klientinnen und Klienten den Betrieb schnell wieder verlassen?



# Spannungsfeld

## Kommunikation – Wirtschaft – Gesellschaft – Behörden

- „**Mindestlohn und Fördereinsatz..!**

*Wert von Lohnarbeit und Ehrenamt.*

*Wie ist unser Menschenbild und unsere Haltung?*

- „**Welche Sprache sprechen wir?“ ...!**

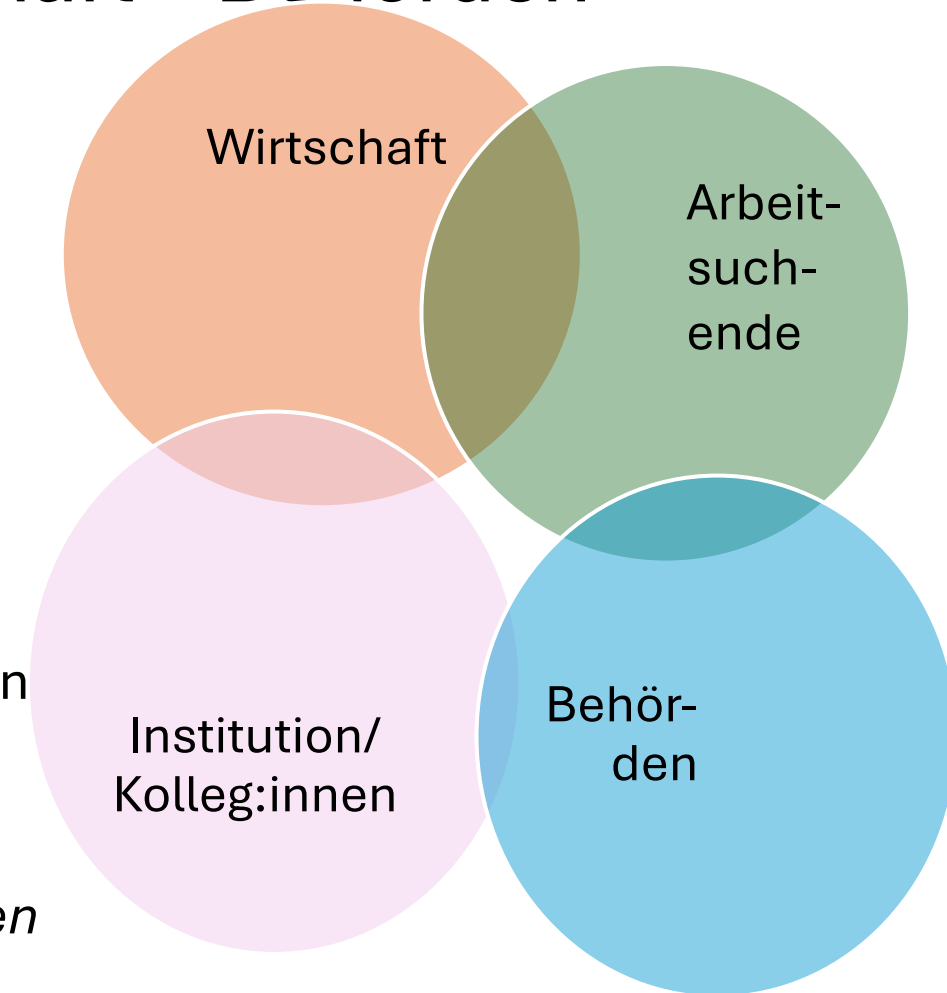
*Übersetzung der Usancen auf den Arbeitsmarkt (für Stellensuchende, Behörden) Vermittlungsstrategie, Branchenwissen*

*Schaffung von Realitätsbezug für Langzeitarbeitslose, Zuzüger:innen, Wiedereinsteigende in den 1. Arbeitsmarkt*

*Entlastungsmöglichkeiten für Arbeitgebende, staatliche Beihilfen*

*Wie sind wir erfolgreiche:*

*Arbeitshaltung, Arbeitsweise, Zeit, Tempo, Kompetenz jeweils anpassen*

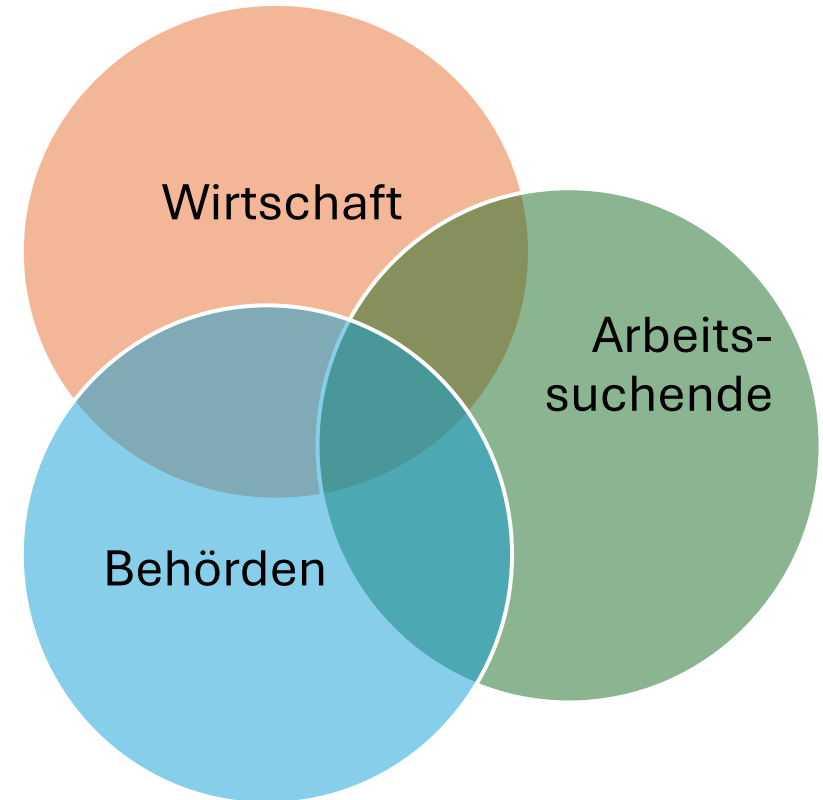


# Spannungsfeld

## Kommunikation – Wirtschaft – Gesellschaft – Behörden

*.. welche Sprache sprechen wir ?*

- Das neuen Auftragsverständnis und die engere Zusammenarbeit mit der Wirtschaft hat auch einen Einfluss auf die Kommunikation innerhalb der Organisation und erfordert eine neue Sprache im Marketingmanagement.
- Wie bringen wir nebst der Sprache auch die Bedürfnisse aller auf den Punkt, so das sich am Schluss alle am Prozess Beteiligten als Gewinner fühlen?
- Umgang mit den eigenen professionellen Ansprüchen und den Werten in diesem Spannungsfeld.



# Spannungsfeld

## Expertise – Rollenbild/Profession - Berufung

- **„Eigentlich sind wir ja Arbeitsagog:innen /Sozialarbeitende“  
... jetzt machen wir halt noch den Job Coach!**

*Case-Manager:in für die Wirtschaft: Hier ist mehr Verkauf und HR drin,  
als mir lieb ist.*

Fachwissen HR; Arbeits- und Personalvermittlung / -verleih  
(Arbeitsrecht, GAV, Branchenwissen)

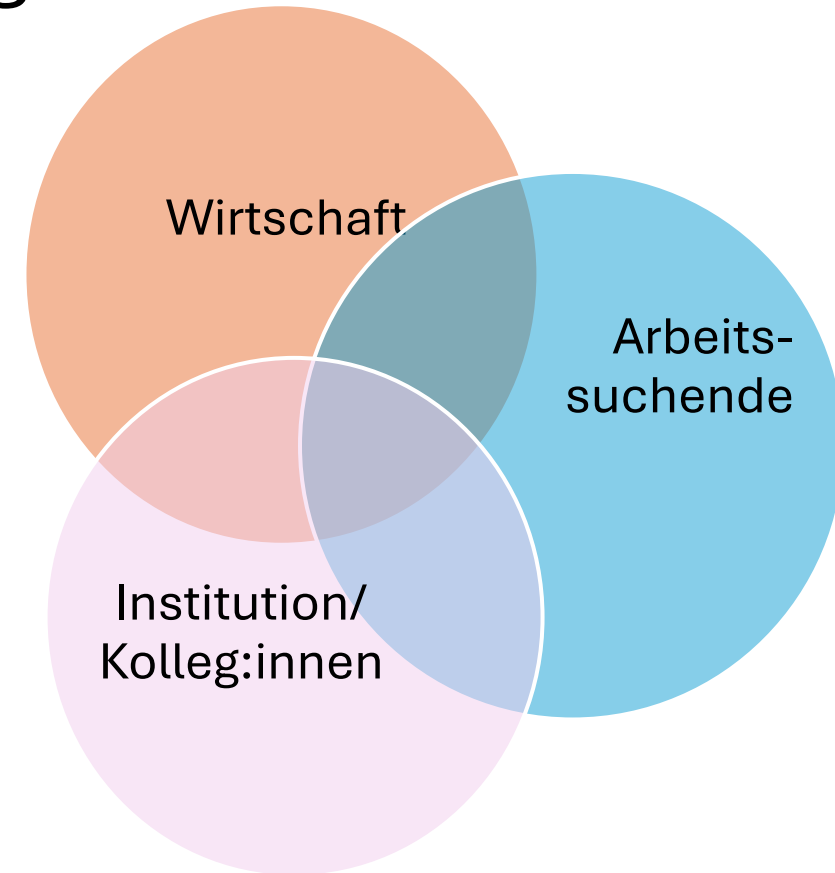
Verkauf, Stellenakquise, Networking, (Matching, Ressourcen-  
orientierung)

- **„Berufung zum Chamäleon?“ ... oder Landung zwischen  
Stuhl und Bank**

*Coaching = Beratung, Förderung intern (Fokus auf Entwicklung der Teilnehmenden)*

*Vermittlung = Verkauf, Matching (Fokus auf Firmenkunden, Anforderung für Stellen)*

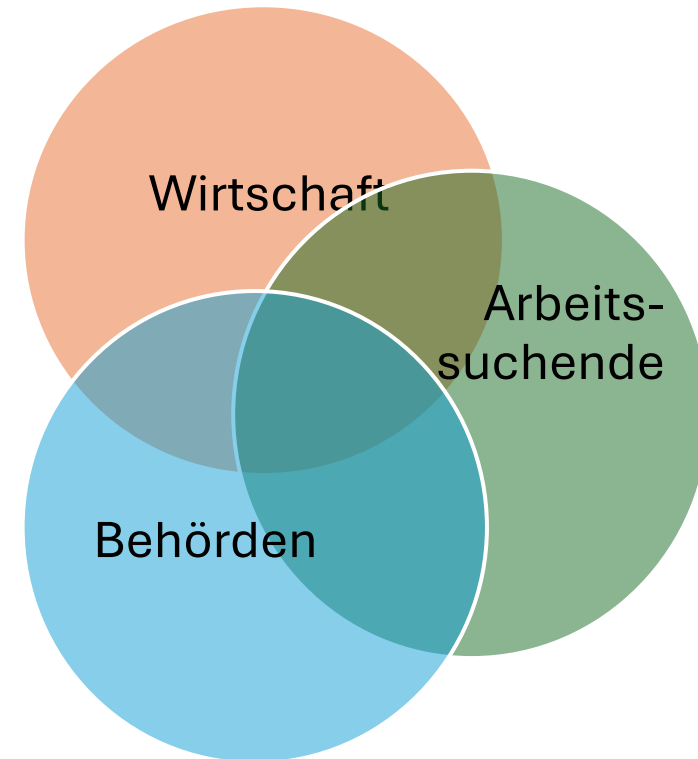
*Förderung = Die „guten Mitarbeitenden“ fehlen im 2. AM*



# Spannungsfeld

## Kommunikation – Wirtschaft – Gesellschaft – Behörden

- In der Regel sehr ungleiche Bezahlung zwischen den beiden Disziplinen Agogik und Coaching. Lösung für ein systemisches Problem?
- Kulturelle Unterschiede der Berufsfelder
- Wie fördern wir eine Kommunikation auf Augenhöhe zwischen den beiden Parteien.
- Kooperative Zusammenarbeit ohne hierarchisches Gefälle trotz möglicher Fallführung bei einer Disziplin?



# Das Spannungsfeld Job-Coaching aus der Sicht von Anbieter- Organisationen

Herzlichen Dank für den spannende Austausch und Ihr Engagement!

**Marianne Dubach,**  
MAS Betriebswirtschaftliches Management für  
NPOs,  
Gründerin und Geschäftsführerin impiega AG

impiega

Beratung. Vermittlung. Arbeit.

**Claudio Deragisch,**  
MAS Nonprofit Management VMI, Gastdozent  
FHNW

 **DERAGISCH**  
CONSULTING