

Zwischen Marketingmaxime und Sozialauftrag



Jürg Meyer, Espas-Zweigstellenleiter und Marketingleiter.

Espas fühlt den Puls der Wirtschaft

„Willkommen an Bord“, das Gefühl vermittelt der lang gezogene brückenartige Zugang zur Stiftung Espas in Zürich. Leimgeruch steigt dem Besucher in die Nase, dringt irgendwo aus den Industriebauten zur rechten Seite der Auffahrtsrampe vor der Eingliederungsinstitution. Zur Linken gleitet der Blick über unauffällige Wohnbauten. Espas – der Name steht für 25 Jahre Engagement für die Eingliederung von psychisch und körperlich behinderten Menschen im Bürobereich.

Tabu – bitte Thema wechseln

Ein herausfordernder Beruf, ein erfülltes Privatleben – die Zeichen für eine erfüllte Zukunft stehen auf Grün. Wer auf der Lohnliste eines gut verankerten Unternehmens steht, ist gesellschaftlich akzeptiert und integriert. „Wiedereingliederung“, der Begriff ist auf die eigene Person gemünzt fast so abschreckend wie der Gedanke an Arbeitsplatzverlust, Krankheit oder Sterben. Wir verbannen solche Gedanken vehement aus unserem Denken.

Gesund, berufstätig und motiviert – das waren viele der Espas Kundinnen und Kunden auch, bevor sie sich mit ihrer veränderten Realität auseinandersetzen mussten. „Das Bejahen der eigenen Krankheit ist wichtig für den Eingliederungserfolg“, sagt Yvonne Wechsler, Abteilungsleiterin Abklärung und Arbeitstraining bei Espas, mit Nachdruck, denn wenn Versicherte ihre Energie noch für die Krankheitsbewältigung bräuchten, dann könne Espas den Integrationsauftrag nicht zielgerichtet wahrnehmen. Espas führt jährlich alleine in Zürich für rund 150 Jugendliche, Frauen und Männer eine Lehre, eine berufliche Abklärung, ein Arbeitstraining oder ein Job-Coaching durch, dazu kommen noch diejenigen aus den Zweigstellen Winterthur und Richterswil. Die wichtigsten Auftraggeber der Stiftung sind die IV-Stellen. Wenn es um die Integration im Bürobereich geht, dann kommt man an Espas fast nicht vorbei.

„Akquisition ist tägliches Brot“

„Für 32 Prozent der Kundinnen und Kunden kann nach einem Arbeitstraining, das sechs bis zwölf Monate dauert, eine direkte Anschlusslösung im ersten Arbeitsmarkt gefunden werden“, sagt Yvonne Wechsler. „Das ist ein sehr gutes Resultat“, kommentiert Zweigstellenleiter und Marketingverantwortlicher Jürg Meyer das Resultat. Über die Nachhaltigkeit der Eingliederung kann Espas keine Aussage machen, weil die Kundenbeziehung mit dem Abschluss der Berufsmassnahme endet. Angesprochen auf die grössten Hürden bei der Eingliederung sagt Yvonne Wechsler klar: „Die Zeit. Die Versicherten kommen meist zu Espas, wenn sie schon zwei bis drei Jahre nicht mehr gearbeitet haben.“ Das Ja des Schweizer Stimmvolkes zur 5. IV-Revision bestätigt die Arbeitsweise von Espas, denn die Stiftung bietet seit längerem „Job-Coachings“ für externe Praktika und Anschlusslösungen an. Jürg Meyer nutzt sein gutes Netzwerk zur Privatwirtschaft, um immer wieder Praktikumsplätze für IV-Kundinnen und –Kunden in der freien Wirtschaft zu finden. Jürg Meyer vermittelt den Eindruck eines entscheidungsstarken und kreativen Machers, der die Sprache der Arbeitgebenden spricht und von diesen als Partner wahrgenommen wird. Die Praktikumsinsätze werden von Job-Coaches begleitet, die Vorgesetzte und Versicherte beraten.

Ohne Bewerbung geht nichts

„Wer sich für Espas entscheidet, muss motiviert sein“, meint Yvonne Wechsler, denn Espas sei keine Therapiestation, sondern nahe am Arbeitsmarkt. Sicher werde die Perspektive der Erwerbsbeein-

trächtigsten eingenommen, aber gleichzeitig gehe es darum, Versicherte fit zu machen für den freien Arbeitsmarkt. Zwar kommen die IV-Versicherten auf Empfehlung der Berufsberaterin oder des Berufsberaters, doch das genügt Yvonne Wechsler nicht. Wer bei Espas arbeiten möchte, hier abgeklärt wird oder ein Arbeitstraining absolviert, der muss sich bewerben. In einem ersten Bewerbungsgespräch erklärt Yvonne Wechsler den Ablauf der geplanten Massnahme. Entschieden sich die versicherte Person für Espas, werden schriftlich die Monatsziele fixiert und regelmässig eine Standortbestimmung durchgeführt.

Konkurrenzdruck ist eine Chance

Dass das Marketing auch für Sozialinstitutionen ein zentrales Thema ist, zeigt sich in der Person von Jürg Meyer. Er bringt seinen betriebswirtschaftlichen Hintergrund in die Tätigkeit ein, seine langjährige Erfahrung im Verlagswesen und seine Begeisterung für neue Herausforderungen. Integrationsstätten bieten zwar ihren Mitarbeitenden einen geschützten Rahmen. Den Institutionen selbst schlägt aber ein kühler Wind im Markt entgegen. Gut sein genügt auch in der Integrationsarbeit nicht mehr. Das Image der Stiftung entscheidet über den Erfolg. „Wir sind ein unternehmerisch geführtes Sozialunternehmen, das immer neue Geschäftsfelder sucht, damit die Integration praxisnah abläuft, ausgerichtet auf die heutigen Marktbedürfnisse“, führt Jürg Meyer aus. Espas will, auf die Kundenbedürfnisse fokussiert, praxisnahe Angebote schaffen. Eines dieser Angebote ist die Lagerbewirtschaftung und Spedition für ein Elektronunternehmen. Zu

den neu eröffneten Geschäftsfeldern gehören der lokale Wäscheservice in Zürich-Höngg, das Pilotprojekt „Elektronisches Datenmanagement“ in Winterthur und die Übernahme eines Detailhandelsgeschäftes in Dielsdorf.

Voll ausgelastet sind auch die Mitarbeitenden in der Buchhaltungsabteilung. Sie führen die Buchhaltung für verschiedene Klein- und Mittelbetriebe. Von der AHV-Abrechnung bis zur Lohnabrechnung wird alles bei Espas erledigt. Für die Kadermitarbeitenden in der Buchhaltung ist die grösste Herausforderung, die unbeständige Ressourcensituation zu bewerkstelligen. „Unsere Mitarbeitenden sind weniger belastbar und es können unvermittelt gesundheitliche Probleme auftreten“, erklärt Jürg Meyer. Die Kadermitarbeitenden müssen mit dieser instabilen Ressourcensituation umgehen können. Sie balancieren Absenzen aus und stehen für die Termineinhaltung gegenüber dem Kunden gerade. Die Tempovorgaben aus der Gesellschaft sind für Espas täglich eine Herausforderung. „Unternehmen übertragen uns Aufträge und erwarten, dass sie punkto Qualität keine Abstriche hinnehmen müssen“, sagt Jürg Meyer. Dieses Spannungsfeld zwischen sozialer Verantwortung und unternehmerischer Ausrichtung ist für den Marketingverantwortlichen und Zweigstellenleiter die positive Herausforderung, mit Espas zu wachsen. (dal)



Yvonne Wechsler, Abteilungsleiterin Abklärung und Arbeitstraining bei Espas in Zürich.



Eines von mehreren kundenorientierten Angeboten der Stiftung: Espas-Mitarbeitende erledigen die Lagerbewirtschaftung und Spedition für ein Elektronunternehmen.