

KLARERKURS

MAGAZIN FÜR BERUFLICHE TEILHABE

02/2019



TITELTHEMA:
Silberstreif am Horizont?
Das Budget für Arbeit

Mit zartem Schmelz in die Region
EIS LOUNGE, Maria Veen

Klein, wendig, unkonventionell
Das Rauhe Haus, Hamburg

Grenzen sprengen
Saša Asentić & Collaborators

Tabea Tischmann
EIS LOUNGE, Maria Veen

/FRAGEN/

Was treibt Sie an?



▲ „Die Arbeit als Schauspieler und Tänzer. Sie bietet mir Freiraum und sehr viele Möglichkeiten. Meine Körperhaltung und meine Bewegungen haben sich verändert und meine Stimme ist besser geworden“

TOM REINECKE, MEINE DAMEN UND HERREN, ALSTERARBEIT GMBH, HAMBURG



▲ „Metall, das Material, mit dem ich arbeite. Metall fasziniert mich, vor allem, wenn es leuchtet und glüht“

SABINE GRÜTER, METALLBAU, WERKSTATT FÜR ANGEPASSTE ARBEIT, DÜSSELDORF



▲ „Mich treibt Ehrgeiz an – wenn ich was anfangen will, will ich es auch direkt zu Ende bringen. Und ich helfe auch gerne Kollegen, die nicht so schnell sind“

RENÉ SCHIMPE, MONTAGE, WERKSTATT FÜR ANGEPASSTE ARBEIT, DÜSSELDORF



▲ „Dass meine Arbeit so besonders ist. Hier arbeitet nicht jeder. Das ist mehr als nur Arbeit, das ist ein Erlebnis. Und alle tragen die gleiche Arbeitskleidung und gehören zum Team“

RENÉ GABSKI, AUSSENARBEITSPLATZ AM DÜSSELDORFER FLUGHAFEN, WERKSTATT FÜR ANGEPASSTE ARBEIT, DÜSSELDORF



▲ „Applaus zu kriegen treibt an. Es ist fantastisch und man fühlt sich gut, wenn alles gelungen ist und es dem Publikum gefällt“

CELINA SCHARFF, MEINE DAMEN UND HERREN, ALSTERARBEIT GMBH, HAMBURG

/INHALT/

16

Munterer
Treffpunkt: EIS
LOUNGE,
Maria Veen



02 Was treibt Sie an?

04 Aktuelles

06 TITELTHEMA

Die Chance am Horizont
Wie kommt das Budget für Arbeit an?

12 BILDUNG

Typisch Düsseldorf!
Werkstatt für angepasste Arbeit, Düsseldorf

16 ARBEIT

Imagewandel dank „coolem Gold“
EIS LOUNGE/Transfair gGmbH, Maria Veen/Reken

22 „Wie ein Sechser im Lotto“

Lebenshilfewerk Ilmenau/Rudolstadt e.V., Seniorenzentrum
Jakobushof

26 ENTWICKLUNG

Zuerst die Person, dann die Maßnahme
Das Rauhe Haus, Hamburg

31 „Nie stehen bleiben, sonst hast du verloren“
Porträt: Anna Vriesen

32 Wer die Wahl hat ...
Vier Konzepte für die Zukunft der Werkstättenmesse

36 Werkstätten für Menschen mit Behinderungen getrennt denken!
Gastkommentar: Malte Teismann

37 „Ich fahre sehr gern Auto“
Mein Arbeitsplatz: Horst Helweg

38 Gewichtige Stimme in der Kunst
Saša Asentić & Collaborators

42 Comic: Workman

43 Impressum

/EDITORIAL/



26

Maßgeschneiderte Angebote: Das Rauhe Haus, Hamburg

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER, in unserem Titelthema dieser Ausgabe widmen wir uns dem Budget für Arbeit: Der Rechtsanspruch auf das Budget besteht seit 1.1.2018, aber in weiten Teilen Deutschlands existiert es erst auf dem Papier. Wir haben landauf, landab nach seinen Rahmenbedingungen und Gründen für die verhaltene Umsetzung gefragt. Ab Seite 6

Sommerzeit ist „Eis-Zeit“. Wir sind bereits im April zur Stippvisite ins platte Land zwischen Münster und den Niederlanden aufgebrochen, nach Maria Veen: Dort experimentiert ein Inklusionsbetrieb mit einem etwas anderen Eis-Konzept, schließt außerordentlich erfolgreich eine Marktlücke, entfaltet sich zum munteren Treffpunkt und wirkt für die gesamte Einrichtung, den Benediktushof, als Türöffner in die Region. Ab Seite 16

Eher als wendiges „Schiffchen“ denn als „Queen Mary“ kommt das Rauhe Haus mit seinen kleinen, maßgeschneiderten Angeboten, seinen mobilen Arbeitsprojekten daher, schafft Kontaktgelegenheiten zwischen Teilnehmerinnen und der Nachbarschaft, schließt nicht selten Versorgungslücken: eine Spezialistin für alle, die zwischen den Stühlen sitzen. Ab Seite 26

Außerdem schauen wir bei der Düsseldorfer Werkstatt für angepasste Arbeit vorbei, die mit viel Lokalkolorit, fantasievollen Geschichten und Liveauftritten eine Brücke in Kitas und Schulen schlägt. Wir treffen Kay Brigmann, der als erster Nutzer das Budget für Arbeit im thüringischen Ilmenau auf den Weg brachte. Und besuchen die Proben zu „Dis_Sylphide“, eine „Intervention in die Tanzgeschichte“, die der serbische Choreograf Saša Asentić gemeinsam mit „Meine Damen und Herren“ aus Hamburg und weiteren Darstellerinnen mit Lernschwierigkeiten aus Serbien entwickelte: europäisch inklusiv. Ab Seite 38.

Und, wie immer, ist das noch nicht alles. Eine entspannte und interessante Lektüre!



GRID GROTEMEYER



- Thema: Wie eine Werkstatt Kitas und Schulen erreicht
- Einrichtung: WfaA, Werkstatt für angepasste Arbeit
- Ort: Düsseldorf

Typisch Düsseldorf!

RHEINHOLD, DAS IST EIN FERNSEHTURM, nicht irgendeiner, sondern der in Düsseldorf. Er steht am Rhein, betrachtet neugierig und gespannt jeden Tag, was so alles um ihn herum geschieht. Aber er ist einsam, denn was er sieht und hört, kann er mit niemandem teilen. Eines Tages entdeckt er plötzlich sein weibliches Spiegelbild im Rhein: Rheinilde! Liebe auf den ersten Blick, die zwei ein Paar! Fortan erkunden sie gemeinsam und jeden Tag etwas Neues. Und diese Erlebnisse sind festgehalten in kleinen Büchlein mit Illustrationen, ihre Geschichten aber auch leibhaftig zu erleben in Kitas, Schulen, bei IKEA oder auf Kindergeburtstagen, wenn Rheinhold und Rheinilde zum Leben erwachen. In ihre Rollen schlüpfen Mitarbeiterinnen der Düsseldorfer Werkstatt für angepasste Arbeit (WfaA), die das Projekt „Rheinhold & Rheinilde“ 2018 startete.

Britta Wagner ist eine der ersten, die in das Kostüm von Rheinilde schlüpfte und Kindern von den fiktiven Erlebnissen des „rheinischen Paares“ erzählt. Als Mitarbeiterin im Bereich Gastronomie und Einzelhandel ist sie kontaktfreudig und kommt schnell ins Gespräch mit Menschen. „Sicher ist es anstrengend, aber es ist auch aufregend und interessant. Man kommt rum und erlebt neue Dinge“, fasst sie ihre Tätigkeit als Rheinilde zusammen. Ursprünglich wollte sie gern mit Kindern

arbeiten, mit der Rolle der Rheinilde, findet sie, ist sie dem ein bisschen näher gekommen. Zugleich vermittelt sie schon ganz jungen Düsseldorferinnen, dass Menschen mit Behinderung Teil der Gesellschaft sind, die wie alle anderen Erwachsenen auch Fragen beantworten und ihr Wissen weitergeben. Und die WfaA bietet ihren Beschäftigten Gelegenheit, außerhalb der Werkstatt in alltäglichen Kontakt mit Menschen zu kommen und sichtbar zu sein.

Vernetzung nach außen „Als Düsseldorfer Werkstatt sind wir schon lange im Sozialraum der Stadt präsent“, meint Thomas Schilder, Geschäftsführer der WfaA, aber es gebe noch Luft nach oben: „Für eine weitere Öffnung nach außen braucht man die richtigen Türöffner.“ Dazu zählt bereits der inklusive Karnevalsverein Gemeinsam Jeck, den die Werkstatt vor gut fünf Jahren gründete, mit dem Motto „Lieber mittendrin statt außen vor“ ein gelungenes Beispiel für Sozialraumarbeit (s. KK 1/2018). Mit dem Projekt Rheinhold & Rheinilde setzt die Werkstatt den eingeschlagenen Weg konsequent fort. Sie erschließt neue Kontakte und Kooperationspartner, zu denen „wir bislang keinen Zugang hatten“.

Gute Ideen entstehen in guten Teams Auf die Frage von Thomas Schilder „Wer hat Lust, an neuen Ideen mitzu-

arbeiten?“ fand sich ein kreatives Team aus unterschiedlichen Bereichen zusammen: Christina Czerwinski, Qualitätsmanagementbeauftragte, Thomas Kirst, als Bereichsleiter Einzelhandel zuständig für Eigenprodukte und Neukunden-Akquise, Andrea Schmidt aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterinnen aus allen Gewerken. Die externe Künstlerin Dagmar Gosejacob, eine vielfach ausgezeichnete Comiczeichnerin, ergänzt das Team. Jetzt fragten sie: „Was passt zu uns? Was macht uns als Werkstatt aus?“ Ganz klar: Ein Düsseldorf-Bezug musste her und der Rheinturm bot sich als augenfälliges Wahrzeichen an. So entstand die Idee zum Buch, die „Geschichte von Rheinhold & Rheinilde“. Geschrieben hat sie Elisabeth Iser, ehemalige Leiterin Begleitender Dienst und BBB. Das Buch ist mit seinen Illustrationen kindgerecht gestaltet und wird zum Anfang einer Reihe. Inzwischen gibt es drei Geschichten, die jetzt fünf Beschäftigte vor Kindern und Eltern präsentieren können, eine vierte ist in Arbeit. Das Team entwickelte weiter, der Fantasie waren keine Grenzen gesetzt, es entstanden: ein eigens verfasstes Rheinhold&Rheinilde-Lied, die Figuren in Lebensgröße, eine Vielzahl an Produkten wie T-Shirts, Kaffeetassen, Brotdosen, Stoff- und Veloursfernsehtürme und vieles mehr. Bislang werden einige der Produkte noch extern gefertigt, aber eine jüngst einge-

stellte Produktdesignerin entwickelt nun eigene Vorlagen, damit die Produkte nicht nur den Qualitätsansprüchen entsprechen, sondern auch allesamt in der Werkstatt hergestellt werden können.

Rheinholds und Rheinilden finden Um Mitarbeiterinnen zu finden, die die Geschichten von Rheinhold & Rheinilde im passenden Kostüm präsentieren und die sich außerhalb der gewohnten Arbeitsumgebung ausprobieren wollen, kommuniziert das Kreativteam das Projekt intern: über die Hauszeitung, auf der Weihnachtsfeier, in internen Besprechungen, über individuelle Vorbereitungsgespräche in allen Abteilungen und neuerdings auch durch interne Stellenausschreibungen. Fachkraft Ronald Hassel baut das Mitarbeiterinnen-Team um Rheinhold & Rheinilde auf. Grundsätzlich gilt: Jede, die möchte, kann für die neue Aufgabe qualifiziert werden. Die Praxis zeigt dann, ob es gut passt. „Spaß ist ein ganz wichtiger Motivator, aber oft stellt sich dann heraus, dass es für einige doch zu anstrengend ist“, meint Teambuilder Hassel, der alle Auftritte begleitet und mit Thomas Kirst neue akquiriert. Noch sind alle in ihre jeweiligen Arbeitsgruppen eingebunden, langfristig soll aber eine ausgelagerte Arbeitsgruppe entstehen, die jeden Tag an einem anderen Ort auftritt und die Entgelte eigenständig erwirtschaftet. ↓



2

- 1 Düsseldorf's Wahrzeichen: Rheinhold.
- 2 Rheinhold erblickt sein Spiegelbild im Rhein.
- 3 Thomas Kirst, Bereichsleiter Einzelhandel, Vertrieb, Eigenprodukte und Neukunden-Akquise.
- 4 Jutta Schönenborn schneidet mit Kollegin Gül Yalcinkaya.
- 5 Rheinholds und Rheinilden.
- 6 Vorbereitung in der Produktion.
- 7 Rheinilde aus Nikki-Velours.
- 8 In der Schneiderei: Sieglinde Schottke



3



4



5



6



7



8



„Neukunden-Akquise hat noch nie so viel Spaß gemacht wie gemeinsam mit Rheinhold & Rheinilde“

THOMAS KIRST, BEREICHSLEITER



1 Rheinilde: Bad im Rhein. 2 Andreas Meyer-Falcke, Beigeordneter der Landeshauptstadt Düsseldorf, Arm in Arm mit den Wahrzeichen. 3 Vertriebler Ronald Hassel im Rheinilden-Kostüm. 4 Britta Wagner: eine der ersten Rheinilden. 5 Ronald Hassel in Aktion mit Rheinhold & Rheinilde. 6 20 Jahre Südpark. 7 ...viele kleine Wahrzeichen... 8 und Rheinilde in gezeigter Pracht



↓ Alle fünf Mitarbeiterinnen sind speziell geschult und können an allen Aktionen teilnehmen: Sie kennen die Geschichten um Rheinhold & Rheinilde, haben eine Choreografie einstudiert, die die Inhalte der Bücher pantomimisch untermalt, haben sich mit den Inhalten auseinandergesetzt und können Fragen rund ums Fernsehturnpaar beantworten.

Für jeden Kunden das richtige Paket Die Auftritte von Rheinhold und Rheinilde variieren je nach Kundinnenwunsch: Gleich drei Pakete sind im Angebot: „Kittaauftritt“, erweitert das „Firmenfeiern/Sommerfest“ oder ganz gediegen der „Kindergeburtstag im Südpark“. In allen ist das Vorlesen einer der Geschichten, flankiert von Rheinhold & Rheinilde als lebende Figuren, und die inhaltliche Vertiefung des Erzählstoffs durch Fragen und Gespräche enthalten. Bei „Sommerfest“ bekommen die Kinder zusätzlich Ausmalbilder, einen Fototermin mit Rheinhold und Rheinilde und ein gemeinsames Lied. Das Südpark-Paket findet in den Räumlichkeiten des werkstatteigenen Parkcafés statt: mit Torte, Getränken, Führung im Südpark mit Rheinhold & Rheinilde, Vorlesen der Geschichte plus Ausmalbildern. Je nach gewähltem Paket variiert die Stärke des Teams zwischen zwei und vier Mitarbeiterinnen plus Fachkraft. „Wir wollen überall dabei

sein, unsere Idee ist also: Wenn ein Düsseldorfer Unternehmen ein Familienfest veranstaltet, wird bitte auch das Rheinhold & Rheinilde-Team gebucht!“, schmunzelt Thomas Schilder. Auch für IKEA hat das Team bereits ein Paket mit Lesungen im Wohnbereich, Gesprächen mit den Fernsehtürmen und Erklärungen samt Fototermin geschmürt.

Netzwerkarbeit und Auftragsakquise Noch gibt es nicht genügend Aufträge, um eine Fünf- oder Sieben-Tage-Woche des Teams zu füllen. Doch das könnte sich bald ändern: Denn schon beim ersten öffentlichen Auftritt von Rheinhold & Reinilde zum 20-jährigen Jubiläum des Düsseldorfer Südparks waren die Besucher begeistert und es zeigte sich: Die Kombination von Werkstatt und Wahrzeichen funktioniert, denn die Geschichten tragen und punkten mit Lokalkolorit. Geschichten über Düsseldorf und seine Menschen sprechen die Bewohnerinnen der Landeshauptstadt unmittelbar an. „Wir wollen alle, die wir erreichen, natürlich von Rheinhold & Rheinilde überzeugen“, meint der Geschäftsführer und setzt dabei auf gute Pressearbeit, Medienpartnerschaften mit Wochenzeitungen sowie Socialmedia-Aktivitäten: Die neue Facebook-Seite meldete schon nach wenigen Wochen über 500 „Likes“.

↓ Auch die „Netzwerk-Offensive“ der WfaA trägt Früchte: Der Düsseldorfer Gesundheitsdezernent hat ein Buch mit Lied über das Thema Gesundheit in Auftrag gegeben, das Haus des Karnevals wird zusammen mit der Jugendbeauftragten der Stadt das neue Buch „Rheinhold & Rheinilde im Karneval“ vorstellen, die Düsseldorfer Jongens, der größte Heimatverein vor Ort, lud ein Team von zwölf Mitarbeiterinnen zu einer Veranstaltung ein und Borussia Düsseldorf veranstaltet ein Konzert, die Türme singen selbstverständlich mit. Der Jugendamtsleiter hat 1 600 Bücher gekauft und lässt sie in Kitas verteilen, jede neugeborene Bewohnerin Düsseldorfs bekommt einen kleinen Rheinhold aus Nicki-Velour mit auf den Lebensweg und die Versicherung Provinzial befüllt Sankt-Martins-Tüten mit einem kleinen Rheinhold-Buch. Die nächste Etappe ist auch schon angedacht: eine Stadtführung, geleitet und moderiert von Beschäftigten der Werkstatt. Und weil die Idee von Rheinhold & Rheinilde eben „typisch Düsseldorf“ ist, ist inzwischen auch Düsseldorf Tourismus als Vertriebspartner mit an Bord. Aus dem Karnevalsnetzwerk stammt der zweite wichtige lokale Partner: Heimathafen Düsseldorf®. Das Unternehmen vertreibt hochwertige Produkte mit lokalem Bezug – „aus Liebe und Verbundenheit zur Stadt Düsseldorf“.

Übertragbarkeit! Die Rheintürme sind zwar ein „Düsseldorfer Produkt“, aber die Idee ist übertragbar. Nahezu jede Stadt und jede Region besitzen ein Wahrzeichen, das sich fantasievoll weiterdenken und mit der Werkstatt verknüpfen lässt. Das Holstentor in Lübeck, Köln mit Dom, die Porta Nigra in Trier: Reichlich Potenzial, um Geschichten öffentlichkeitswirksam aufzuziehen und Menschen mit Behinderung als Expertinnen und Trägerinnen dieser Geschichte(n) außerhalb der Werkstatt neue Tätigkeitsfelder zu erschließen. Thomas Schilder resümiert: „Ich glaube, wir haben etwas Gutes erschaffen, das andere Werkstätten adaptieren können. Die Idee ermöglicht nicht nur eine kreative Produktvielfalt, sondern ist vor allem ein Türöffner in die Region.“ KE ■



KONTAKT
Werkstatt für angepasste Arbeit
Thomas Schilder
Geschäftsführung
Marienburger Str. 24
40599 Düsseldorf
Tel.: 0211 882584 1601
thomas.schilder@wfaa.de
www.wfaa.de



4



5



6



7