

jobcenter
Märkisch-Oderland



Arbeitsmarkt- und Integrationsprogramm 2024



Inhalt

1. Vorwort.....	3
2. Geschäftspolitische Schwerpunkte und Ziele für das Jahr 2024.....	4
3. Entwicklung und Rahmenbedingungen des Arbeits- und Ausbildungsmarktes in Märkisch-Oderland	5
3.1 Konjunkturelle Entwicklung	5
3.2 Arbeits- und Ausbildungsmarkt	7
3.3 Kundenstruktur	8
4. Strategische Ausrichtung.....	9
4.1 Jugendliche und junge Erwachsene in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt integrieren	9
4.2 Marktchancen bei Arbeitgebern erschließen und Integrationen realisieren	10
4.3 Kundinnen und Kunden qualifizieren.....	10
4.4 Geflüchtete bei schnellstmöglichem Erwerb von Deutschsprachkenntnissen und bei Integration in den Arbeitsmarkt unterstützen	11
4.5 Langzeitleistungsbezieher und Langzeitarbeitslose aktivieren und deren Integrationschancen erhöhen	11
5. Investitionen.....	12
5.1 Personalressourcen.....	12
5.2 Eingliederungsbudget.....	12
6. Performancepotential.....	13
7. Wirkung und Ziele	13

1. Vorwort

Im Arbeitsmarkt- und Integrationsprogramm beschreibt das Jobcenter Märkisch-Oderland, mit welchen Strategien, Ressourcen und konkreten Maßnahmen der gesetzliche Auftrag und die konkret vereinbarten Ziele im Jahr 2024 erreicht werden sollen.

Hierbei fließen sowohl die aktuellen Rahmenbedingungen durch den Krieg in der Ukraine, die Einführung des Bürgergeldes als auch die Bewertungen zum Arbeitsmarkt und der Konjunktur ein. Es wird eingegangen auf Aktivitäten mit besonderen Zielgruppen, strategische Schwerpunktsetzungen sowie auf die dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen.

Das zurückliegende Jahr hat allen Akteuren am Arbeitsmarkt abermals viel abverlangt, uns dabei jedoch weitere Chancen für die Weiterentwicklung zu einem modernen und bürgernahen Dienstleister eröffnet. Der fortlaufende Ausbau unserer digitalen Möglichkeiten, wie beispielsweise der Antragstellungen über „Jobcenter Digital“, aber auch der Umfang unserer Beratungsmöglichkeiten via Videokommunikation für unsere Kundinnen und Kunden schreitet dabei voran, fördert die noch bessere Zusammenarbeit aller Partner und stärkt das Vertrauen in unser Dienstleistungsangebot.

Regionale Besonderheiten

Der Landkreis Märkisch-Oderland ist insbesondere gekennzeichnet durch eine hohe Vielschichtigkeit. Abgeschiedene Ortschaften, historisch und kulturell interessante Kleinstädte bis hin zur direkten Anbindung an unser Nachbarland Polen, aber auch die mitunter nahe Anbindung an unsere Bundeshauptstadt Berlin bringen dem Landkreis nicht nur vielfältige Lebenswirklichkeiten, sondern auch große Unterschiede bezüglich unserer Kundenstrukturen und Beschäftigungsmöglichkeiten.

Unsere wichtigste Aufgabe ist es daher, neben einem einheitlichen Auftreten und einem an allen Standorten verlässlichen Dienstleistungsangebot mit passenden Förder- und Beratungsangeboten gerade auch auf die jeweils regionalen Besonderheiten einzugehen. Die lokal vorherrschende Mobilität unter Berücksichtigung des öffentlichen Personennahverkehrs wie auch die Unterschiede in der Abdeckung des Mobilfunknetzes spielen bei der Ausgestaltung unserer Zugangs- und Förderangebote eine nicht unerhebliche Rolle.

Bei all unseren Aktivitäten zur Zielerreichung prüfen wir kontinuierlich die Ausrichtung unserer Maßnahmen an den tatsächlich vorhandenen Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden sowie an den Erfordernissen des vor Ort geprägten Arbeitsmarktes. Bei der Planung und Ausgestaltung unserer Aktivitäten beziehen wir sowohl unsere Netzwerkpartner als auch die Arbeitgeberlandschaft intensiv mit ein. Nur gemeinsam wird es uns gelingen, die vorhandenen Ressourcen bestmöglich für den Wirtschaftsstandort Märkisch-Oderland einzusetzen und nachhaltige Beschäftigungsmöglichkeiten zu generieren.

2. Geschäftspolitische Schwerpunkte und Ziele für das Jahr 2024

Das bisherige Zielsystem der Grundsicherung besteht für das Jahr 2024 unverändert fort und bildet dabei die Grundlage für den jährlichen Planungsprozess.

Es gelten weiterhin die folgenden geschäftspolitischen Ziele:

- Verbesserung der Integration in Erwerbstätigkeit,
- Vermeidung von langfristigem Leistungsbezug.

Die sich daraus ergebenden geschäftspolitischen Handlungsfelder werden, wie bereits in den Vorjahren, auf regionaler Ebene im Hinblick auf die identifizierten Stärken, Schwächen und Chancen ausgestaltet.

Die geschäftspolitischen Handlungsfelder für 2024 lauten:

1. Jugendliche und junge Erwachsene in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt integrieren,
2. Marktchancen bei Arbeitgebern erschließen und Integrationen realisieren,
3. Kundinnen und Kunden qualifizieren,
4. Geflüchtete bei schnellstmöglichem Erwerb von Deutschsprachkenntnissen und bei der Integration in den Arbeitsmarkt unterstützen,
5. Langzeitleistungsbezieher und Langzeitarbeitslose aktivieren und deren Integrationschancen erhöhen.

Die geschäftspolitischen Ziele sind eng ineinander verzahnt, so dass die benannten Handlungsfelder häufig für alle Ziele direkt oder indirekt Wirkung entfalten.

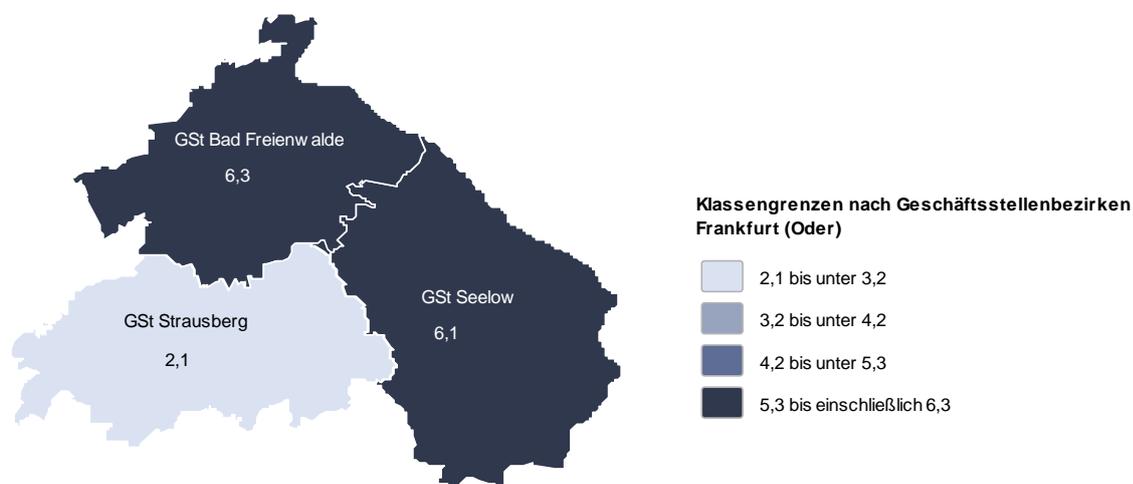
Für die Wirksamkeit der jeweiligen Maßnahmen ist es erforderlich, dass die Kundinnen und Kunden bei ihren individuellen Herausforderungen verstanden und dazu beraten werden. Dies setzt die Kenntnis differenzierter Vorgehensweisen und Handlungsoptionen bei den Integrationsfachkräften (IFK) voraus. Insbesondere in Zeiten mit notwendigen Kontaktbeschränkungen war es für beide Seiten herausfordernd, ein so gutes Vertrauensverhältnis aufzubauen bzw. zu erhalten, dass Kundinnen und Kunden die jeweils individuell best-passende Unterstützung und Förderung erhalten und diese von und für alle Akteure als sinnvoll erachtet werden. Durch überwiegend persönliche Beratungen oder Beratung per Videokommunikation sowie zusätzliche aufsuchende Beratung bei Kundinnen und Kunden, die unsere Beratungsangebote in den Dienststellen aus verschiedenen Gründen nicht (mehr) wahrnehmen, wird eine höhere Verbindlichkeit im Beratungsprozess erzielt.

3. Entwicklung und Rahmenbedingungen des Arbeits- und Ausbildungsmarktes in Märkisch-Oderland

2023 war, wie auch bereits die Vorjahre, ein durchwachsendes Jahr für die regionale Entwicklung. Jedoch haben im ländlichen Raum die krisenbedingten Einflüsse auf Konjunktur und Arbeitsmarkt geringere Ausschläge gezeigt, als in städtischen Ballungszentren.

Die Arbeitslosenquote bei den SGB II - Leistungsempfängern lag im Oktober 2023 bei 3,3 %. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Zahl arbeitsloser Kunden des Jobcenters um 0,2 % verringert.

Abb. 1 Arbeitslosenquoten SGB II (bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen) im Landkreis MOL, unterteilt nach Geschäftsstellen, Oktober 2023



Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit - Arbeitsmarkt in Zahlen, 10 / 2023

Im direkten Vergleich der SGB II – Arbeitslosenquoten unserer drei Geschäftsstellen Bad Freienwalde, Seelow und Strausberg ergibt sich, wie auch in den Vorjahren, erneut ein heterogenes Bild. Es bestehen weiterhin deutliche Unterschiede zwischen dem ländlich geprägten Bereich der Dienststellen Seelow und Bad Freienwalde und der berlinnahen städtischen Region Strausberg.

3.1 Konjunkturelle Entwicklung

Je nach Branche hatten die coronabedingten Einschränkungen unterschiedlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung von Betrieben. Durch die Krise im Energiesektor und die anhaltenden Preissteigerungen kamen weitere Unsicherheitsfaktoren hinzu, die in einzelnen Bereichen Auswirkungen auf konjunkturelle Entwicklungen hatten. Die nachhaltigen Auswirkungen der Pandemie sowie der weiteren Krisensituationen auf die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Branchen und Wirtschaftszweige sind weiterhin unklar.

Zum Stichtag 31.03.2023 gab es

53.580 SV-pflichtig Beschäftigte mit Arbeitsort MOL (+1,5 % zum VJ)
 78.563 SV-pflichtig Beschäftigte mit Wohnort MOL (+0,5 % zum VJ)
 77.363 SV-pflichtig Beschäftigte im Alter 15-64 Jahre mit Wohnort MOL (+0,3 % zum VJ)

Abb. 2 Struktur Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen im Landkreis MOL als Arbeitsort

Wirtschaftszweig	sv-pflichtig Beschäftigte	Anteil an Insgesamt in %
Land-, Forstwirtschaft und Fischerei	1.229	2,3
Bergbau, Energie- und Wasserversorgung, Entsorgungswirtschaft	1.282	2,4
Verarbeitendes Gewerbe	4.759	8,9
Baugewerbe	5.673	10,6
Handel, Instandhaltung, Reparatur von Kfz	7.923	14,8
Verkehr und Lagerei	4.084	7,6
Gastgewerbe	1.328	2,5
Information und Kommunikation	638	1,2
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	432	0,8
Immobilien, freiberufliche wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	2.471	4,6
sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen	5.018	9,4
Arbeitnehmerüberlassung	1.724	3,2
Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung, Ext. Organisationen	5.224	9,7
Erziehung und Unterricht	1.490	2,8
Gesundheitswesen	4.193	7,8
Heime und Sozialwesen	6.163	11,5
sonstige Dienstleistungen, Private Haushalte	1.673	3,1
Insgesamt	53.580	

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit - Tabellen, Regionalreport über Beschäftigte, Nürnberg, Oktober 2023, Datenstand 03/2023

Abb. 3 Struktur Beschäftigte im Alter 15-64 Jahre nach Wirtschaftszweigen mit Wohnort im Landkreis MOL

Wirtschaftszweig	sv-pflichtig Beschäftigte	Anteil an Insgesamt in %
Land-, Forstwirtschaft und Fischerei	1.200	1,6
Bergbau, Energie- u. Wasserversorg., Entsorgung	2.174	2,8
Verarbeitendes Gewerbe	6.641	8,6
Baugewerbe	7.106	9,2
Handel, Instandhaltung, Rep. von Kfz	10.917	14,1
Verkehr und Lagerei	5.145	6,7
Gastgewerbe	1.920	2,5
Information und Kommunikation	2.068	2,7
Erbr. von Finanz- u. Versicherungsdienstl.	1.482	1,9
Arbeitnehmerüberlassung	748	1,0
Reinigungsdienste	1.392	1,8
Wirtschaftl. Dienstleist. (ohne ANÜ, Reinigungsd.)	8.761	11,3
Öffentl. Verw., Verteidigung, Soz.-vers., Ext.Orga.	7.640	9,9
Erziehung und Unterricht	3.178	4,1
Gesundheits- und Sozialwesen	14.268	18,4
sonst. Dienstleistungen, Private Haushalte	2.720	3,5
Insgesamt	77.363	100,0

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit - Arbeitsmarkt in Zahlen, Datenstand 03/2023

3.2 Arbeits- und Ausbildungsmarkt

Als ein Flächenkreis (2.159 km²) in Brandenburg mit 200.292 Einwohnern (Stand 31.12.2022), darunter > 78.000 Erwerbstätigen und einer hohen Auspendlerquote (ca. 58,6 %), ist der Landkreis Märkisch-Oderland überwiegend durch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) geprägt. So gab es mit Stichtag 30.06.2022 1.015 Betriebe mit mehr als 10 Mitarbeitenden, jedoch nur 168 Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitenden.

Arbeitsmarkt:

Der regionale Arbeitsmarkt zeigt sich im Vergleich zu anderen Regionen trotz allgemeiner negativer Wirtschaftslage relativ robust. Viele Unternehmen suchen weiterhin dringend Personal.

Einflussfaktoren:

Die Ansiedlung des Arbeitgebers Tesla in Grünheide sorgt weiterhin für direkte als auch indirekte Effekte auf dem Arbeitsmarkt, u.a. durch den Wechsel des Arbeitgebers und Neubesetzungen dieser frei gewordenen Stellen sowie Ansiedlungen weiterer Gewerbetreibender.

Auch wenn Langzeitarbeitslose nur in sehr geringem Maße direkt davon profitieren werden, ergeben sich durch zielgerichtete Qualifizierungen und Praktika neue Chancen, z.B. im Bereich Lager und Logistik.

Förderlich wirken die an verschiedenen Stellen eingesetzten Shuttle-Busse, um die Anfahrt zu erleichtern. In fast allen Branchen zeigen sich Arbeitgeber inzwischen deutlich aufgeschlossener für weniger passende Bewerber mit guter Motivationslage.

Ausbildungsmarkt:

Auch in der weiterhin von Krisen gezeichneten Zeit möchten Betriebe ausbilden. Im Vergleich der gemeldeten betrieblichen Berufsausbildungsstellen zu den gemeldeten Bewerbern und dem Vorjahr gab es in 2023 erstmalig eine kleine Trendwende. Das Verhältnis Bewerber zu Stellen ist erstmalig gesunken von 1,33 auf 1,15.

Es sind weiterhin keine nennenswerten Einschränkungen für den Ausbildungsmarkt zu erkennen.

An der Feststellung der zurückliegenden Jahre, dass Berufswunsch und Ausbildungsplatzangebot in der Region nicht immer zusammenpassen, hat sich nicht viel geändert. Hier sind weiterhin hohes Beraterisches Geschick und Überzeugungskraft für eine Umorientierung durch das Jobcenter – unter Einbindung der Berufsberatung - notwendig. Zusätzlich zu den Beratungen ist es erforderlich, die Berufsbilder für die jungen Erwachsenen erlebbarer zu machen. Hier arbeiten Schule, Jobcenter/Agentur für Arbeit, Kammern, Innungen und Wirtschaft immer mehr Hand in Hand.

Zahlen zum Ausbildungsmarkt:

- Anzahl der im Arbeitgeberservice (AGS) für das Berichtsjahr 2022/2023 gemeldeten betrieblichen Ausbildungsstellen: 948
- Anzahl der für das Berichtsjahr 2022/2023 gemeldeten Bewerber: 1.142
- Anzahl arbeitsloser Jugendlicher (beide Rechtskreise, 10/2023): 524, davon 65,3 % im Jobcenter (342).

Abb. 4 gemeldete Bewerber/-innen zu betrieblichen Ausbildungsstellen nach Berufen

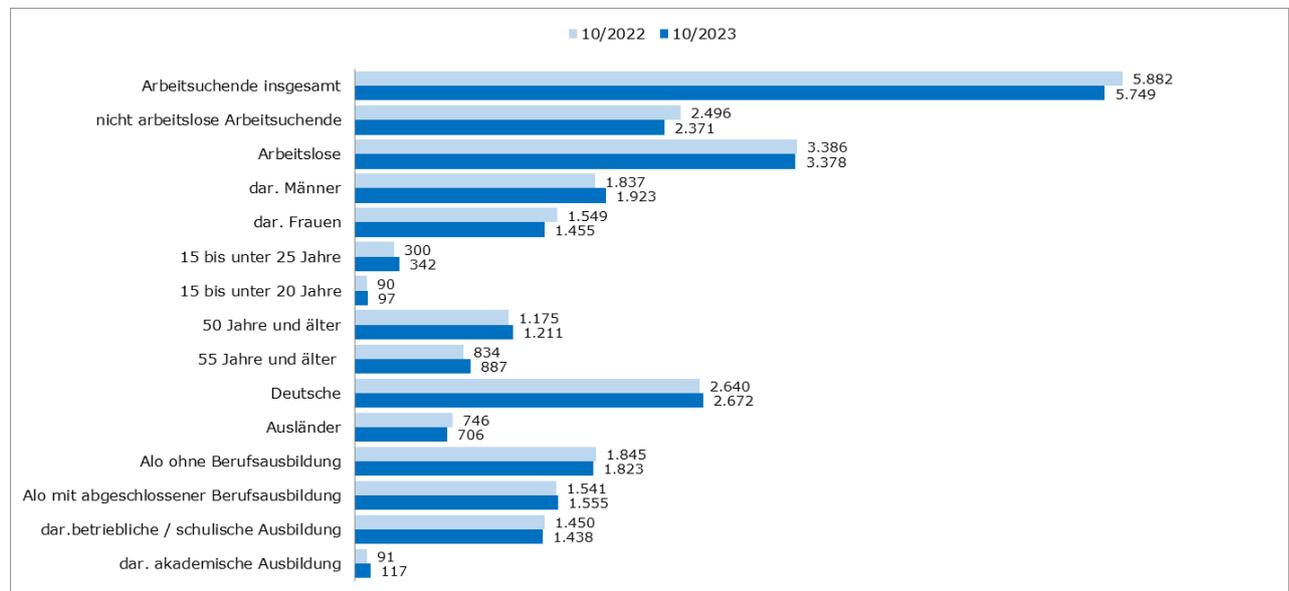
	Anzahl Bewerber	betriebl. Berufsausbildungsstellen	auf 100 gemeldete betriebl. Berufsausbildungsstellen kommen ... Bewerber/-innen
Insgesamt	1.142	948	120
<i>Berufe nach KldB 2010</i>			
1 Land-, Forst-, Tierwirtschaft, Gartenbau	54	36	150
2 Rohstoffgewinnung, Produktion, Fertigung	266	201	132
3 Bau, Architektur, Vermessung, Gebäudetechn.	123	113	109
4 Naturwissenschaft, Geografie, Informatik	60	14	429
5 Verkehr, Logistik, Schutz und Sicherheit	104	80	217
6 Kaufm. Dienstl., Handel, Vertrieb, Tourismus	239	305	99
7 Unternehmensorga, Buchhalt., Recht, Verwalt.	144	79	320
8 Gesundheit, Soziales, Lehre u. Erziehung	111	58	191
9 Geisteswissenschaften, Kultur, Gestaltung	17	*	X

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Der Ausbildungsmarkt, Berlin, September 2023

3.3 Kundenstruktur

Die Kundenstruktur der Arbeitslosen und Arbeitssuchenden stellt sich im Jobcenter Märkisch-Oderland wie folgt dar:

Abb. 5 Kundenstruktur im JC MOL im Vgl. zum Oktober des Vorjahres



Sowohl die Zahl der Arbeitssuchenden als auch die Zahl der Arbeitslosen haben sich im Vergleich zum Vorjahr verringert. Hierbei ist die Zahl der Arbeitslosen um 8 gesunken. Die Zahl der Arbeitslosen ohne Berufsausbildung ist im Vergleich zum Vorjahr um -1,2 % gesunken, während die Zahl der Arbeitslosen mit Berufsausbildung um +0,9 % gestiegen ist. Dennoch ist der Anteil Arbeitsloser ohne Berufsausbildung mit 54 % unverändert hoch.

4. Strategische Ausrichtung

Die Strategien und geplanten Maßnahmen zur Zielerreichung bauen auf regionalen Erkenntnissen zum Arbeits-/ Ausbildungsmarkt sowie der vorhandenen Kundenstruktur auf.

Der Fokus unserer Aktivitäten wird insbesondere auf die im folgenden beschriebenen Punkte und darin benannten Kundengruppen gelenkt. Besonders herausfordernd wird es sein, die nachfolgend aufgeführten Aktivitäten mit einem reduzierten Budget an Eingliederungsmitteln umzusetzen. Einiges werden wir im Sinne „Make“ statt „Buy“ umsetzen können. An anderen Stellen – wie zum Beispiel bei konkreten Maßnahmen der Weiterbildung und Aktivierung – wird es zu Einschnitten kommen.

4.1 Jugendliche und junge Erwachsene in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt integrieren

Seit Einführung der Jugendberufsagentur (JBA) im Jahr 2018 an allen drei Standorten (Seelow, Bad Freienwalde und Strausberg) ist diese ein wichtiger Anlaufpunkt für Jugendliche und junge Erwachsene, wenn es im weitesten Sinne um das Thema „Übergang von der Schule in den Beruf“ geht. Es werden weiterhin die gemeinsamen Angebote des Landkreises, des Jugendamtes, der Agentur für Arbeit und des Jobcenters eng verzahnt und abgestimmt für Kundinnen und Kunden mit individuellen Beratungsbedarfen vorgehalten.

Alle Partner der Jugendberufsagentur haben zu den jeweiligen Zielgruppen und Problemlagen passende Beratungs-, Unterstützungs- und Förderangebote, die jeweils eng verzahnt ineinandergreifen und jährlich miteinander abgestimmt werden.

Schwierig bleibt es für Jugendliche, die sich den vielfältigen Beratungsangeboten entziehen. Hier liegt der Fokus darauf, einen vertrauensvollen Kontakt aufzubauen und den Grundstein für ein gemeinsames Arbeiten zu ermöglichen. Die aufsuchende Arbeit bei Jugendlichen, die gar nicht auf alternative Anschreiben und Einladungsformen reagieren, ist inzwischen gängige Praxis. In einigen Fällen gelingt es gut, diese wieder für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Bei anderen kann nur kontinuierliches „Dranbleiben“ als Strategie eingesetzt werden. Die aufsuchende Beratung als auch Beratung an alternativen Orten wird auch in 2024 fortgesetzt.

Für 2024 werden in Abstimmung mit dem Arbeitgeberservice (AGS) und den Partnern der JBA MOL wieder verschiedene Ausbildungsbörsen geplant, so auch die inzwischen bewährte „Parkplatzmesse“, die rechtzeitig vor den Sommerferien stattfinden soll.

Auch im Jahr 2024 werden alle Aktivitäten darauf ausgerichtet, die Effekte der Krisen so gering wie möglich zu halten und dabei Chancen für Geflüchtete gezielt zu forcieren. Dabei wird alles dafür getan, vorhandene Ausbildungsplätze und Bewerber bestmöglich zusammenzubringen. Hierzu arbeiten Arbeitgeberservice und Ausbildungsvermittlung eng verzahnt und wenn möglich in der direkten Zusammenführung von Betrieb und Bewerber.

4.2 Marktchancen bei Arbeitgebern erschließen und Integrationen realisieren

Im Jahr 2024 werden wir als Jobcenter unsere Aktivitäten konsequent, neben der Vermittlung in Arbeit, auf Bildungsberatung und Weiterbildung zur Sicherung des Fachkräftebedarfs ausrichten. Die Arbeitgeberlandschaft gestaltet sich weiterhin aufgeschlossen sowohl gegenüber neuen Einstellungen als auch vorbereitender Bildungsmaßnahmen. Arbeitgeberservice und Arbeitnehmerorientierte Vermittlung im Jobcenter arbeiten hier Hand in Hand. Der digitale Veranstaltungskalender des AGS bietet beste Chancen, Kundinnen und Kunden sowie Arbeitgeber in verschiedensten Formaten zusammenzubringen und auch die Integrationsfachkräfte (IFK) stets mit aktuellen Infos zum Arbeitsmarkt auf dem Laufenden zu halten. Mittels Eingliederungszuschuss und/ oder ggf. vorgeschalteter Fördermaßnahmen können vorliegende Defizite individuell passend ausgeglichen werden.

Die am 01. Juli 2023 in Kraft getretene Begleitung und Beratung nach §16k SGBII eröffnet neue Chancen für die ganzheitliche Betreuung von Bürgerinnen und Bürgern zur Erlangung einer Beschäftigungsfähigkeit bzw. für Jugendliche zum Übergang in eine berufliche Ausbildung. Das Jobcenter hat im Rahmen eines am 1.9.2023 gestarteten Projektes die im Gesetz benannten Möglichkeiten (z.B. Coaching, aufsuchende Beratung, Einbindung von Netzwerken) mit motivierten Bürgerinnen und Bürgern, die diese Hilfe gern in Anspruch nehmen wollen, aufgegriffen und bereits erste Beratungen und Begleitungen umgesetzt. Dies soll in 2024 fortgesetzt werden.

4.3 Kundinnen und Kunden qualifizieren

Im Jobcenter Märkisch-Oderland werden über 3.900 erwerbsfähige Leistungsberechtigte (eLB) ohne Berufsabschluss betreut. Gerade in wirtschaftlich schwereren Zeiten haben Menschen mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung deutlich höhere Chancen auf eine Beschäftigung. Ebenso werden am Arbeitsmarkt weiterhin vor allem Fachkräfte gesucht. Daher werden im Jobcenter Märkisch-Oderland Weiterbildungsmöglichkeiten konsequent angeboten.

Bis zu einem Alter von ca. 30 Jahren ist eine Beratung zu einer Berufsausbildung der vorrangige Weg. Später wird dann entweder durch modulare Weiterbildung auf bestehende Kenntnisse aufgebaut oder es wird direkt zu einer abschlussorientierten Weiterbildung/ Umschulung beraten. Je nach Kenntnisstand und verwertbarem Grundlagenwissen sowie dem eigenen Zutrauen der Kundinnen und Kunden in schulähnliche Lernformate kann der Weg bis hin zu einem Berufsabschluss unterschiedlich lang sein. Motivation, eigenes Zutrauen, Durchhaltevermögen und die eigene Gesundheit spielen hier eine sehr große Rolle. Bevor eine längerfristige Weiterbildung begonnen werden kann, sind zunächst die Rahmenbedingungen zu schaffen. Dies ist nicht selten ein langwieriger Prozess.

Während der Weiterbildungsmaßnahmen werden Kundinnen und Kunden weiter durch die Vermittlungsfachkräfte betreut, um ein Durchhalten sicherzustellen und Abbrüche zu vermeiden. Rechtzeitig vor Ende einer Weiterbildung setzt der Vermittlungsprozess erneut und intensiv an.

4.4 Geflüchtete bei schnellstmöglichem Erwerb von Deutschsprachkenntnissen und bei Integration in den Arbeitsmarkt unterstützen

Mit Beginn des Krieges in der Ukraine übernahmen wir eine größere Anzahl an Kundinnen und Kunden, die aus dem Krisengebiet zu uns geflüchtet sind. Zu Beginn bestand der Fokus darin, möglichst schnell mit Angeboten an Integrations- und weiterführende Deutschsprachkurse in unserer Region versorgen zu können. Inzwischen haben eine Vielzahl an Kundinnen und Kunden den Integrationskurs absolviert. Unsere intensive Beratungsarbeit orientiert sich nun am Ziel der Integration in den Arbeitsmarkt. Auch für Kundinnen und Kunden, deren Sprachkenntnisse sich auf einem niedrigen Niveau befinden, fokussieren sich alle Bemühungen auf Sprachfestigung im Beruf. Die Unterstützung durch das Jobcenter Märkisch-Oderland, sowohl bei einem schnellstmöglichen Spracherwerb als auch bei der Integration in den Arbeitsmarkt, erfolgt für alle Geflüchteten. Hierunter fallen auch die Kundinnen und Kunden aus der Flüchtlingskrise 2015/2016, die bisher noch nicht in den Arbeitsmarkt integriert werden konnten. Für einen Erfolg ist es erforderlich, dass alle Akteure – Arbeitgeber, Sprachkursträger, Beratungskräfte und Bürger – gut zusammenarbeiten.

4.5 Langzeitleistungsbezieher und Langzeitarbeitslose aktivieren und deren Integrationschancen erhöhen

Im Juni 2023 waren 61,7 % der Kundinnen und Kunden im Jobcenter Märkisch-Oderland im Langzeitleistungsbezug (LZB). Die Reduzierung des Bestandes der LZB ist weiterhin ein operativer Schwerpunkt, der sich aus verschiedenen Einzelmaßnahmen zusammensetzt. Ein Teil dieser Maßnahmen wirkt auch direkt auf den Bestand der langzeitarbeitslosen Kundinnen und Kunden. Daher werden beide Größen hier gemeinsam betrachtet.

Zur Vermeidung und Beendigung des Langzeitleistungsbezuges können Maßnahmen des Leistungsbereiches führen, z.B. die konsequente Prüfung der Inanspruchnahme vorrangiger Leistungen.

Aus vermittlerischer Sicht tragen aktivierende Maßnahmen und Förderungen dazu bei, mit dem Ziel der Integration sowohl einen Langzeitleistungsbezug als auch Langzeitarbeitslosigkeit zu vermeiden bzw. zu beenden. Bei längerem Leistungsbezug und langer Arbeitslosigkeit sind zunächst niedrigschwellige Angebote zu unterbreiten. Eine Hürde ist oft der fehlende Glaube dieser Kundengruppe an realistische und in Beschäftigung führende Ziele. Mittels Beratungsansätzen mit Coachingelementen werden mit dieser Kundengruppe Strategien zur Stärkung des Selbstvertrauens erarbeitet.

5. Investitionen

Das Gesamtbudget (Globalbudget) des Jobcenters Märkisch-Oderland beträgt für 2024 nach Stand 02.02.2024 23,2 Mio. €. Das Globalbudget umfasst die Mittel für Verwaltungskosten und Eingliederungsleistungen.

Finanzplanung JC MOL für 2024	Plan in Mio. €
Globalbudget	23,2
Davon für Eingliederungsleistungen	5,3
Davon für Verwaltungsausgaben	17,9

5.1 Personalressourcen

In Folge der gleichbleibenden Zahl an erwerbsfähigen Leistungsberechtigten wird die Personalkapazität im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel bei 183 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) ähnlich wie im Jahr 2023 sein.

5.2 Eingliederungsbudget

Die Verwendung der Mittel aus dem Eingliederungsbudget orientiert sich an den Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes, den geschäftspolitischen Zielen sowie an den Erfordernissen der Förderung im individuellen Einzelfall.

Tabelle 1 Übersicht Ausgabemittel JC MOL für 2024

	in T€
Ausgabemittel gesamt	5.274
Förderung der beruflichen Weiterbildung (FbW)	1.100
Aktivierung und berufliche Eingliederung (MAbE)	1.480
Arbeitsgelegenheit (AGH) Mehraufwandvariante	390
§16e EVL	200
§16i Teilhabe am Arbeitsmarkt	910
Eingliederungszuschüsse (EGZ)	405
Förderung aus dem Vermittlungsbudget (VB)	244
Reha Ermessensleistungen	250
Einstiegsgeld (ESG)	230
Einstiegsqualifizierung (EQ)	12
Begleitende Hilfen Selbstständigkeit	5
Sonstige	48

6. Performancepotential

Zur weiteren Qualitätsverbesserung und Steigerung des Leistungsvermögens tragen unter anderem nachfolgende Maßnahmen bei:

1. Fortführung Bürgergeld weiter professionell begleiten
 - a. Zielbild für den Beratungsprozess evaluieren und umsetzen
 - b. Einbindung der Mitarbeitenden zur Gestaltung kooperationsfördernder Beratungsansätze
 - c. Ausrichtung der Führungsarbeit auf Zeiten mit hoher Veränderungsgeschwindigkeit
2. Chancen der Digitalisierung konsequent nutzen
 - a. Ausbau der Nutzungsmöglichkeiten der Jobcenter-App, durch die Kundinnen und Kunden
 - b. Vorteile JC Digital (Antragstellungen, Terminbuchungen, Informationsplattformen) weiter bewerben
 - c. Präsenz in sozialen Medien ausbauen, um mehr Menschen mit den Angeboten des Jobcenters zu erreichen und Prozessoptimierungen umzusetzen.
 - d. Die Nutzung alternativer Zugangswege sicherstellen, weiter ausbauen und nutzerorientiert verbessern
3. Fokussierung der Integrationsaktivitäten auf die Kundengruppe der Geflüchteten
 - a. Kundenkontaktdichte < 6 Wochen für alle Absolventen Integrationskurs
 - b. Intensivierung der Aktivitäten des gAGS mit potentiellen Arbeitgebern
 - c. Senkung passive Leistungen durch Ausbau von bereits bestehenden Minijobs

7. Wirkung und Ziele

Die Wirkungsplanung umfasst die Ziele:

- Vermeidung von langfristigem Leistungsbezug (Zielindikator: Veränderung des Bestandes an Langzeitleistungsbeziehern, unterteilt nach Frauen und Männern)
- Verbesserung der Integration in Erwerbstätigkeit (Zielindikator Integrationsquote, unterteilt nach Frauen und Männern)

Bei der Planung der Zielwerte für 2024 wurden das vorhandene Kundenpotential, die Entwicklungen am Arbeitsmarkt, mögliche demografische Entwicklungen, sowie die verfügbaren Haushaltsmittel im Eingliederungsbudget berücksichtigt.

Tabelle 2 Übersicht Zielangebote JC MOL für 2024

Ziel	Zielindikator	Zielwert
Vermeidung von langfristigem Leistungsbezug	Bestand an Langzeitleistungsbeziehenden	4.518
Vermeidung von langfristigem Leistungsbezug	Bestand an Langzeitleistungsbeziehenden Frauen	2.331
Vermeidung von langfristigem Leistungsbezug	Bestand an Langzeitleistungsbeziehenden Männer	2.187
Verbesserung der Integration in Erwerbstätigkeit	Integrationsquote gesamt	17,0 %
Verbesserung der Integration in Erwerbstätigkeit	Integrationsquote Frauen	13,8 %
Verbesserung der Integration in Erwerbstätigkeit	Integrationsquote Männer	20,4 %

Schoel

Schoel
Geschäftsführerin