

SOZIALFIRMEN UND IHRE BEZIEHUNGEN ZU POTENZIELLEN ARBEITGEBER·INNEN

Praktiken und Handlungslogiken der Stellenvermittler·innen

Mélanie Pitteloud

Zusammenfassung

Ein seit Oktober 2019 laufendes Forschungsprojekt geht der Frage nach, wie Sozialfirmen ihre Teilnehmenden in den ersten Arbeitsmarkt vermitteln. Handlungspraktiken und -logiken des Fachpersonals sind beeinflusst von den verschiedenen «Schnittstellen», die für Sozialfirmen typisch sind: Dazu gehören die Sozialwerke (Sozialversicherungen und Sozialhilfe), die Klient·innen zuweisen, und der reguläre Arbeitsmarkt, auf dem zukünftige Arbeitgeber·innen für die Klient·innen gesucht werden. Dieser Artikel fokussiert auf die Schnittstelle zwischen den Sozialfirmen und dem regulären Arbeitsmarkt und untersucht die Beziehung zwischen den Fachpersonen der Sozialfirma und potenziellen Arbeitgeber·innen.

Schlagwörter: *Sozialfirmen, Arbeitsmarktintegration, Stellenvermittlung, Arbeitslosigkeit, Schweiz*

SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR RELATIONSHIP WITH POTENTIAL EMPLOYERS: PRACTICES AND LOGICS OF ACTION OF THE PROFESSIONAL STAFF RESPONSIBLE FOR JOB PLACEMENT

Abstract

In our research project, running since October 2019, we study how social enterprises place their participants in the primary labour market. The practices of the social enterprise's specialists are shaped by the complex relationship between social enterprises, social services that assign their clients to the social enterprises, and the regular labour market, where the enterprises find potential employers for their clients. This paper deals with the relationship between the social enterprises and the regular labour market. In particular, it examines the relationship between the professional staff responsible for job placement and potential employers in the primary labour market.

Keywords: *social enterprises, labour market integration, job placement, unemployment, Switzerland*

Einleitung

In der Schweiz gibt es schätzungsweise 495 bis 521 sogenannte Sozialfirmen (Ferrari et al. 2016, XI) – Unternehmen, die sich «à mi-chemin entre les entreprises traditionnelles et le monde des projets sociaux» befinden (Avilés und Ferrari 2014, 47). Die Schweizer Sozialfirmen-Landschaft zeichnet sich durch eine grosse Heterogenität aus, was eine eindeutige und allgemeingültige Definition von «Sozialfirma» praktisch unmöglich macht (BSV 2016, I).

Dank einer grösseren vom Bund beauftragten quantitativen Studie von Ferrari et al. (2016) liegen uns unter anderem Daten zu der Verbreitung und Finanzierung sowie zu den Hauptmerkmalen von Sozialfirmen in der Schweiz vor. Die explorative Untersuchung von Adam et al. (2016) eruierte zudem die Erfolgsfaktoren solcher Unternehmen – aus Sicht der Sozialwerke, der Klient:innen und der Sozialfirmen selbst.¹

Wir wissen jedoch wenig über die Handlungspraktiken und -logiken des in Sozialfirmen tätigen Fachpersonals. Darauf fokussiert das im Folgenden vorgestellte und vom Schweizerischen Nationalfonds geförderte Forschungsprojekt.² Unser spezifisches Erkenntnisinteresse gilt dabei der internen Stellenvermittlungstätigkeit, das heisst der Frage: Wie werden erwerbslose, in Sozialfirmen beschäftigte Menschen (nachfolgend «Teilnehmende» genannt) in den regulären Arbeitsmarkt vermittelt? Und: Wie wird diese Tätigkeit, nebst «internen» Faktoren (Organisations- und Führungsstruktur), vom «äusseren», für Sozialfirmen typischen Kontext (mit) beeinflusst? Dazu gehören die Sozialwerke, die Teilnehmende zuweisen, sowie der reguläre Arbeitsmarkt, auf dem potenzielle Arbeitgebende für die Teilnehmenden gesucht werden.³

Im vorliegenden Text werden wir uns auf den letztgenannten Aspekt konzentrieren, genauer gesagt auf die Beziehung zwischen den Sozialfirmen und (potenziellen) Arbeitgebern. Dabei handelt es sich um erste Einblicke in unsere seit Oktober 2019 laufende Forschung. Das bedeutet, dass unsere Aussagen zu einem späteren Zeitpunkt noch ergänzt, revidiert und nuanciert werden.

Methodisches Vorgehen und Stand unserer Forschung

Die semistrukturierten Interviews machen den überwiegenden Teil unserer Datenerhebung aus. Dokumentenanalysen, Beobachtungen vor Ort sowie Fokusgruppengespräche ergänzen diese und dienen der Präzisierung.⁴

Insgesamt berücksichtigen wir 25 Sozialfirmen aus vier Schweizer Kantonen.⁵ Pro Firma interviewen wir jeweils eine:n Geschäfts- oder Bereichsleiter:in sowie, in einem separaten

¹ Die Autor:innen der Studie bevorzugen den Ausdruck «Unternehmen sozialer und beruflicher Integration».

² Der französische Originaltitel unseres Forschungsprojektes lautet «Activités de placement de bénéficiaires sur le marché du travail par les entreprises sociales d'insertion en Suisse» (SNF Nr. 10001A_184904, Leitung Dr. Véronique Antonin-Tattini).

³ Auf die Rolle der Leistungsvereinbarungen in diesem Kontext hat Antonin-Tattini (2020) hingewiesen.

⁴ Wir beobachteten zum Beispiel während Bewerbungscoachings das konkrete Vorgehen der Fachperson, das Setting und die Interaktion und Kommunikation mit der Teilnehmer:in.

⁵ Die vier untersuchten Kantone unserer Forschung sind das Wallis, Zürich, Neuenburg und Genf.

Gespräch, eine für die Stellenvermittlung verantwortliche Fachperson. Im Ganzen werden demnach 50 Interviews durchgeführt. Diese dauern in der Regel zwischen 60 und 90 Minuten.

Die Auswahl der Kantone erfolgte aufgrund ihrer Unterschiede hinsichtlich Sprache, Eingliederungspolitik und Vorhandensein (oder nicht) von grossen städtischen Zentren.⁶

Zum jetzigen Stand der Forschung haben wir 16 leitfadengestützte Interviews durchgeführt, in acht verschiedenen Sozialfirmen, die sich im Kanton Wallis, Zürich oder Neuenburg befinden. Auch wurden diverse Dokumente wie Rechtsgrundlagen oder Geschäftsberichte von Sozialfirmen analysiert.

«Sozialfirma» – ein vager Begriff in der Schweiz

Was eine «Sozialfirma» genau ist, wirft nicht bloss in der Fachliteratur Fragen auf, sondern auch im Feld. Teils waren sich unsere Interviewpartner:innen selbst nicht sicher, ob ihr Unternehmen als eine solche überhaupt angesehen werden kann: «Also, genau, ob wir die Kriterien erfüllen, da müsstest du mir sagen, welches die Kriterien auf dem Markt sind», antwortete zum Beispiel eine von uns befragte Geschäftsleiterin.

Diese Unsicherheit im Umgang mit dem Begriff «Sozialfirma» dürfte unter anderem damit zusammenhängen, dass es in der Schweiz «[i]m Gegensatz zu verschiedenen europäischen Staaten [...] keine spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen oder Rechtsformen für Sozialfirmen» gibt (BSV 2016, 9).⁷

Dass es kein leichtes Unterfangen ist, den Begriff «Sozialfirma» zu definieren, sodass dieser der heterogenen Schweizer Sozialfirmen-Landschaft gerecht wird, wurde bereits 2012 anlässlich einer Tagung zu diesem Thema, an der Fachverbände wie CRIEC, SVOAM, Assof und FUGS vertreten waren, deutlich:⁸ «Versuche zur Definition von exakten Unterscheidungskriterien der Sozialfirmen sind allesamt zum Scheitern verurteilt» (Dunand und Rey 2013, 3–4), schlussfolgerte man. Dennoch konnte ein kleinster gemeinsamer Nenner formuliert werden:

Die Schweizer Sozialfirmen zeichnen sich wie ihre europäischen Schwestern durch drei starke gemeinsame Charakteristiken aus: Sie sind private Unternehmen mit dem spezifischen Ziel der Arbeitsintegration und mit einem unternehmerischen Risiko. [...] Die Sozialfirmen umfassen folglich Organisationen, deren oberstes Ziel darin besteht, einen Übergang zum Arbeitsmarkt oder aber angepasste Arbeitsplätze zu bieten. (Dunand und Rey 2013, 3)

⁶ Die kantonale Eingliederungspolitik wirkt sich sowohl auf die Umsetzung der Sozialversicherungsgesetze (Bundesgesetz zur Arbeitslosen- und Invalidenversicherung) aus, bei der die Kantone über einen gewissen Handlungsspielraum verfügen, als auch auf die Organisation der Sozialhilfe.

⁷ Bestimmte Kantone haben eigene Kriterien festgelegt: im Wallis beispielsweise muss sich eine Sozialfirma zu mindestens 60 % selbstfinanzieren, um als solche – zwecks finanzieller Starthilfe – anerkannt zu werden.

⁸ Conseil romand de l'insertion par l'économie CRIEC, Schweizerischer Verband der Organisatoren von Arbeitsmarktmassnahmen SVOAM; Arbeitsgemeinschaft Schweizer Sozialfirmen Assof; Fachverband unternehmerisch geführter Sozialfirmen FUGS.

Um eine möglichst reichhaltige Palette solcher Organisationen erfassen zu können, haben auch wir den Begriff «Sozialfirma» bewusst breit definiert, und zwar wie folgt:

Sozialfirmen bieten produktive, arbeitsmarktnahe Stellen zwecks (Wieder-)Eingliederung von Menschen, die auf dem ersten Arbeitsmarkt benachteiligt sind.⁹ Dazu gehören Menschen mit Behinderung oder mit Migrationshintergrund, Erwerbslose, Sozialhilfeempfänger:innen ohne Arbeit und Jugendliche ohne Ausbildung. Dank der Produktion und des Verkaufs von Gütern und/oder Dienstleistungen am Markt finanzieren sich diese Firmen bis zu einem gewissen Grad selbst.

Sozialfirmen als Stellenvermittlerinnen

Nebst dem Charakteristikum, dass Sozialfirmen ihre Teilnehmenden bei der Stellensuche mit Massnahmen wie (Bewerbungs-)Coachings oder Stellenwerkstätten unterstützen, können sie noch einen anderen, proaktiveren Weg gehen: sie machen (potenzielle) Arbeitgeber:innen ausfindig, gehen auf sie zu und handeln Praktika oder feste Arbeitsstellen für ihre Teilnehmenden aus. Sie versuchen somit, Letztere direkt in den regulären Arbeitsmarkt zu vermitteln.

In gewissen Sozialfirmen laufen die sogenannten Akquisitionen von Arbeitgebenden eher informell ab, bei anderen gibt es spezifisch dafür verantwortliches Fachpersonal. Sozialfirmen vermitteln ihre Teilnehmenden höchst selten direkt in eine Feststelle, fast immer werden zuerst Praktika organisiert (wobei unsere Interviewpartner:innen auch hier teils von «Vermittlung» sprechen). Das Probearbeiten bringt aus Sicht der von uns befragten Sozialfirmen folgende Vorteile: man bekommt ein Feedback zum Arbeits- und Sozialverhalten der Teilnehmenden, direkt aus der Arbeitswelt (zur Bestätigung oder Widerlegung der Einschätzungen durch die Sozialfirma); die Teilnehmenden können einen Beruf ausprobieren und herausfinden, ob sie sich wirklich dafür begeistern können und über die dazu erforderlichen Kompetenzen verfügen. Und nicht zuletzt kann ein Praktikum Türöffner für eine Feststelle sein.

Bei den bis jetzt von uns befragten Sozialfirmen dauern solche externen Praktika in der Regel höchstens zwei Wochen – «nicht, dass man uns unterstellen kann, dass wir da billige Temporärkräfte vermitteln», meint ein Akquisitionsverantwortlicher dazu.

Hiermit ist das Problem der «billige[n] Temporärkräfte» unserer Einschätzung nach jedoch noch nicht aus der Welt geschafft: es kann durchaus vorkommen, dass Teilnehmer:innen mehrere Praktika absolvieren müssen, bevor sie eine reguläre Stelle finden. In dem Fall multiplizieren sich diese «zwei Wochen». Umgekehrt kann es vorkommen, dass es die Arbeitgebenden sind, welche die Praktika kumulieren: zwar sind sie bereit, immer wieder neue Praktikant:innen bei sich aufzunehmen, stellen aber nur selten jemanden ein.

⁹ Nicht berücksichtigt werden in dieser Definition unter anderem sogenannte Trainingsfirmen. Die Stellen innerhalb der Sozialfirma können befristet oder unbefristet sein, und den Teilnehmenden kann ein Lohn, kein Lohn oder ein Teillohn ausbezahlt werden.

Die Angst, potenzielle Arbeitgeber·innen zu verärgern

Die von uns befragten Sozialfirmen scheinen sehr darauf bedacht zu sein, potenzielle Arbeitgeber·innen nicht zu verärgern – unter anderem aus Angst, zukünftig in dem betreffenden Unternehmen niemanden mehr platzieren zu können (selbst, wenn es sich lediglich um ein Praktikum handelt). Ein Atelier-Verantwortlicher formuliert es so:

À un moment donné on doit quand même faire attention. Si moi je recommande des personnes en sachant que ces personnes ne vont pas s'adapter aux entreprises, c'est quand même nous qu'on va se scier un petit peu.

Überdies zeigt diese Aussage deutlich, wer sich aus Sicht der hier zitierten Fachperson wem anzupassen hat. Bereits Bonvin und Moachon (2010) hatten in Zusammenhang mit der öffentlichen Arbeitsvermittlung darauf hingewiesen, dass in der Schweiz der Fokus meist auf der erwerbslosen Person liegt, die der Realität des gegenwärtigen Arbeitsmarktes anzupassen ist, jedoch selten versucht wird, auf den Arbeitsmarkt selbst einzuwirken und diesen zu verändern.

Auf die Frage, ab wann ein·e Teilnehmer·in vermittelt werde, antworteten unsere Interviewpartner·innen oft: sobald jene·r für den regulären Arbeitsmarkt «bereit sei». Dies bezieht sich allerdings weniger auf Fachkompetenzen, sondern vielmehr auf ihr/sein Verhalten und auf die sogenannten Soft Skills, wie folgende Aussage illustriert:

C'est-à-dire qu'il n'y a pas eu des absences déjà pour maladie, pétage de plomb, ou problèmes privés [...] qui est à l'heure, qui a la ponctualité, qui a une autonomie [...], qui fait les choses demandées, les tâches demandées, qui a une fiabilité, qui a la prise de responsabilité, voilà, qui a beaucoup d'éléments que moi je dis: je sais que je peux conseiller les yeux fermés.
(Eingliederungsverantwortliche einer Sozialfirma)

Für Teilnehmende, die wegen mangelnder Sprachkompetenz, oder wie im folgenden Beispiel wegen ihres Alters, aus Sicht des regulären Arbeitsmarkts weniger «attraktiv» erscheinen, sind Sozialfirmen durchaus bereit, bei potenziellen Arbeitgeber·innen Überzeugungsarbeit zu leisten – wiederum mittels des Arguments der vorbildlichen (fast schon idealen) Mitarbeiter·in:

Une fois j'ai dit à un employeur: «Ecoutez voir», bon ils [...] l'avaient engagé, [...] «je suis d'accord, vous voulez peut-être un jeune qui coûte moins cher mais le jeune il sera plus souvent malade, il n'aura pas le même rendement, il n'aura pas la même capacité à comprendre les trucs. Lui, il est dans le métier, il est beaucoup plus âgé, oui, il a 58 ans mais vous savez que quand vous l'engagez demain vous n'avez pas besoin de le former et tout ça. Oui, vous allez payer un peu plus cher mais vous n'aurez pas d'embrouilles. (Eingliederungsverantwortliche einer Sozialfirma)

In diesem Beispiel wird also nicht zuletzt mit der Produktivität des Teilnehmenden geworben, die das Alter (und die damit verbundenen höheren Lohnkosten) wettmachen soll. Überdies ist hier die stereotype Gegenüberstellung von jungen versus älteren Mitarbeiter_innen, wobei Erstere pauschal als «problembringend» dargestellt werden, unserer Ansicht nach heikel, da selbst erneut ausgrenzend.

Fitmachen für die Arbeitswelt und das Problem des «Creaming off»

Obwohl sich die von uns befragten Sozialfirmen zur wettbewerbsorientierteren und gewisse Menschen ausgrenzenden Arbeitswelt durchaus kritisch äusserten, scheinen sich die meisten von ihnen in der Praxis darauf zu konzentrieren, ihre Teilnehmer_innen für die Arbeitswelt fit zu machen. Dabei kann erneut eine Selektion stattfinden: man wählt die aus, die noch fit gemacht werden können. Dieses Problems sind sich gewisse Interviewpartner_innen durchaus bewusst, wie die folgende Aussage eines Akquisitionsverantwortlichen zeigt:

Die, die bei [Name der Sozialfirma] sind, also das sind schon die Stärkeren, muss man schon sehen. [... Wir sind] eben schon, wie soll ich sagen, nicht gerade ein niederschwelliges Programm. Das muss man, glaube ich, wirklich sehen. Darum sind wir auch so nahe oder können so nahe an der ersten Arbeitswelt sein und haben von daher eigentlich auch gute Vermittlungsquoten.

Gute Vermittlungsquoten zu haben hilft zudem dem Image gegenüber den Sozialwerken, die Teilnehmende (und somit auch Arbeitskräfte) zuweisen und für deren Begleitung bezahlen. Allerdings führt dies je nach Druck und Erwartungen seitens der Sozialwerke zu einem mehr oder weniger starken *Creaming off*, wie es im Fachjargon genannt wird: «Schwierige Fälle bleiben auf der Strecke» und es werden «vorzugsweise jene Personen [ausgewählt], die auch den grössten Erfolg versprechen» (Binswanger 2020, 238–239). Das *Creaming off*-Problem betrifft nicht nur private Firmen, sondern auch die unter Erfolgsdruck stehenden Regionalen Arbeitsvermittlungen RAV oder die Sozialhilfe (ebd.).

Für das *Creaming off* kann auch der marktwirtschaftliche Druck verantwortlich sein: wird dieser zu gross, kann es sich eine Firma nicht mehr leisten, (zu) unproduktive Mitarbeitende in die Firma aufzunehmen.¹⁰ Dieser Druck kann noch ein weiteres Problem mit sich bringen, wie Avilés und Ferrari verdeutlichen: er kann dazu führen, dass Sozialfirmen ihre besten Mitarbeitenden für sich behalten, «ce qui pourrait entraver le retour de ceux-ci sur le marché régulier de l'emploi» (2014, 44–45). Mit anderen Worten: die «Fittesten» werden hier Opfer ihres eigenen Erfolges.

¹⁰ Avilés und Ferrari (2014) haben darauf hingewiesen, dass dieser Druck durch das Festlegen eines Selbstfinanzierungsgrades noch erhöht werden kann.

Sozialfirmen werden zu regulären Arbeitgeberinnen

Nebst Sozialfirmen, in denen das «Fit-Machen» ihrer Teilnehmenden im Vordergrund steht, begegneten wir auch solchen mit einem anderen Ansatz. Jenen Unternehmen geht es nicht primär um die (gemäss dem Aktivierungsparadigma der Sozialpolitik möglichst schnelle) Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt, sondern um Integration in einem breiteren Sinne (vgl. auch Rosenstein 2020). Dabei, so die Worte der Geschäftsleiterin eines Unternehmens, dem es in erster Linie um die Bekämpfung von Ausgrenzung, sozialer Ungleichheit und Armut geht, «solidarisiert [man] sich mit diesen Menschen, setzt sich auch für sie ein, dass die auch wirklich einen Platz haben in der Gesellschaft», denn:

Egal, woher sie kommen, was sie erlebt haben in ihrem Leben – alle haben einen Platz verdient und können auch etwas beitragen. Und es geht auch darum, das wie nach aussen zu zeigen, dass wir das wirklich möchten, dass das auch das Ziel ist. Und aber auch, dass wir [...] die Missstände aufzeigen. (Geschäftsleiterin)

Die Verknüpfung zwischen «einen Arbeitsplatz haben» und «einen Platz in der Gesellschaft haben» wurde von unseren Interviewpartner:innen in verschiedenster Weise explizit oder implizit formuliert. Demnach ist es nicht erstaunlich, dass gewisse Firmen (wie die oben zitierte) teils selbst feststellen mit branchen- und ortsüblichen Löhnen für sonst vom ersten Arbeitsmarkt ausgeschlossene Menschen anbieten und damit zu regulären Arbeitgeberinnen werden.

Zwei weitere von uns befragte Unternehmen bieten ebenfalls reguläre Festanstellungen an. Diese waren ursprünglich als Sprungbrett hin zu einer Feststelle auf dem ersten Arbeitsmarkt gedacht. Die Idee war, dass die Mitarbeiter:innen in der Sozialfirma ihre ersten Erfahrungen auf dem regulären Arbeitsmarkt sammeln, um anschliessend extern eine andere (meist auch besser bezahlte) Stelle anzutreten und die Stelle in der Sozialfirma erneut für eine vom Arbeitsmarkt benachteiligte Person frei wird. In der Praxis geht dieses Konzept jedoch nicht immer auf: einerseits musste man einsehen, dass Mitarbeiter:innen anderenorts auf dem ersten Arbeitsmarkt dennoch keine realen Chancen hatten, andererseits bestand für die Firmen selbst wenig Anreiz, diese Mitarbeiter:innen weiterziehen zu lassen, da sie mittlerweile betriebswirtschaftlich interessant geworden waren. Das führt zu einem ähnlichen Effekt, wie wir ihn weiter oben im Kontext des ergänzenden Arbeitsmarktes und des *Creaming off* beschrieben haben.

Abschliessender Gedanke und Ausblick

Gemäss unseren ersten vorläufigen Erkenntnissen scheinen Sozialfirmen bei ihrer Vermittlungstätigkeit stark von der Logik und den Erwartungen des regulären Arbeitsmarktes geleitet zu sein: Es geht darum, zukünftige Arbeitgeber:innen nicht zu enttäuschen und ihnen zu beweisen, dass die Teilnehmer:innen «zu arbeiten wissen», «sich zu benehmen wissen» und daher eine Arbeitsstelle verdient haben. Die von uns befragten Fachpersonen sind sich durchaus bewusst, dass es dabei wiederum zu einer Selektion kommen mag, indem vermittelt wird, wer den Kriterien des regulären Arbeitsmarktes am ehesten entspricht. Obwohl sich viele durchaus

kritisch äusserten über eine Arbeitswelt, die gewisse Menschen ausgrenzt und diskriminiert, versuchten sie nur selten, dies zu verändern.

In der sehr heterogenen Schweizer Sozialfirmen-Landschaft sind wir zudem Unternehmen mit einem anderen Ansatz begegnet: bei diesen Firmen liegt der Fokus nicht auf den fit zu machenden Teilnehmer*innen, sondern auf der Verknüpfung zwischen Arbeitswelt und Gesellschaft, wobei sich erstere dahingehend zu verändern hat, dass alle ihren Platz haben. Da «einen Platz in der Gesellschaft haben» meist als «eine Arbeitsstelle haben» aufgefasst wird – ein Zusammenhang, der im Übrigen auch eine kritische Beurteilung verdient hätte, hier aber den Rahmen sprengen würde –, werden solche Firmen manchmal selbst zur Arbeitgeberin des ersten Arbeitsmarktes. Das heisst, sie bieten intern reguläre Festanstellungen für sonst vom ersten Arbeitsmarkt benachteiligte Menschen an.

Wie eingangs erwähnt konzentrierten wir uns in diesem Artikel auf die «Schnittstelle» von Sozialfirmen und regulärem Arbeitsmarkt. Andere Faktoren, die ebenfalls auf die Handlungspraxis des Fachpersonals einwirken und daher für unsere Studie von Interesse sein werden, sind die Sozialwerke, das heisst die zuweisenden Stellen, sowie die interne Organisationsstruktur und das Leitbild/die Philosophie der Sozialfirma selbst.

Literaturverzeichnis

Adam, Stefan, Jeremias Amstutz, Gregorio Avilés, Enrico Cavedon, Luca Crivelli, Domenico Ferrari, Anja Gafner, Spartaco Greppi, Andrea Lucchini, Davide Pozzi, Daniela Schmitz, Bernadette Wüthrich, Daniel Zöbeli. 2016. *Explorative Studie zu den Erfolgsfaktoren von Unternehmen der sozialen und beruflichen Integration (USBI)*. Beiträge zur sozialen Sicherheit, Forschungsbericht Nr. 4/16, Bern: Bundesamt für Sozialversicherungen.

Antonin-Tattini, Véronique. 2020. «Les entreprises sociales d'insertion en Suisse face aux contrats de prestations». *RECMA–Revue internationale de l'économie sociale* 355, no. 1: 95–109. <https://doi.org/10.3917/recma.355.0095>.

Avilés, Gregorio, et Domenico Ferrari. 2014. «L'entreprise sociale en Suisse: définitions, enjeux et essai de classification». *Revue suisse de pédagogie spécialisée* 4: 42–48.

Binswanger, Mathias. 2020. «Indikatoren und künstlich inszenierte Wettbewerbe». In *Wörterbuch der Schweizer Sozialpolitik*, herausgegeben von Jean-Michel Bonvin, Pascal Maeder, Carlo

Knöpfel, Valérie Hugentobler und Ueli Tecklenburg, 237–239. Zürich und Genf: Seismo Verlag.

Bonvin, Jean-Michel, et Eric Moachon. 2010. «Les dilemmes des conseillers des agences publiques pour l'emploi en Suisse». *SociologieS* [En ligne], Dossier «L'essor des métiers du conseil: dynamiques et tensions». <http://sociologies.revues.org/index3063.html>.

Bundesamt für Sozialversicherung (BSV). 2016. *Rolle der Sozialfirmen. Bericht des Bundesrates in Erfüllung des Postulats (13.3079) Carobbio Guscetti «Rolle der Sozialfirmen» vom 14. März 2013*. <https://www.bsv.admin.ch/bsv/de/home/sozialpolitische-themen/soziale-absicherung/entreprises-sociales.html>.

Dunand, Christophe, und Jean-Charles Rey. 2013. *2. Schweizerische Fachtagung Sozialfirmen, 6. November 2012 in Siders – Zusammenfassung*. <https://www.oseo-vd.ch/component/phocadownload/category/14-docs-divers?download=101:6-novembre-2012-colloque-national-les-esie-bonnes-pratiques-et-enjeux>, Zugriff am 29. Juni 2020.

Ferrari, Domenico, Stefan Adam, Jeremias Amstutz, Gregorio Avilés, Luca Crivelli, Spartaco Greppi, Andrea Lucchini, Davide

Pozzi, Daniela Schmitz, Bernadette

Wüthrich, Daniel Zöbelli. 2016. *Sozialfirmen in der Schweiz. Grundlagen zur Beantwortung des Postulats Carobbio Guscetti «Rolle der Sozialfirmen» (13.3079). Schlussbericht.* Beiträge zur sozialen Sicherheit, Forschungsbericht Nr. 9/16, Bern: Bundesamt für Sozialversicherungen. https://www.bsv.admin.ch/dam/bsv/fr/dokumente/fgg/studien/9_16d_eBericht_Sozialfirmen.pdf.

Rosenstein, Emilie. 2020. «Deux politiques du handicap et des contradictions.» *Reiso, Revue d'information sociale.* <https://www.reiso.org/document/5612>.

Autorin

Mélanie Pitteloud studierte an der Universität Zürich Ethnologie. Seit Oktober 2019 wirkt sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für Soziale Arbeit der HES-SO Valais-Wallis mit – im Rahmen des vom Schweizerischen Nationalfonds geförderten Forschungsprojektes «Activités de placement de bénéficiaires sur le marché du travail par les entreprises sociales d'insertion en Suisse».

melanie.pitteloud@hevs.ch

Hochschule für Soziale Arbeit der HES-SO Valais-Wallis