



**Wiedereinstieg:** Dank Jobcoach Karl Emmenegger (l.), Rolf Allemann und dem Label «iPunkt» fand Gilles Escalin eine neue Arbeit als Rosenspezialist.

### Für Hartnäckigkeit belohnt

Für Vermittler Karl Emmenegger ist das ein Vorzeigebispiel einer erfolgreichen Integration in den Arbeitsmarkt, die aber einem ungewöhnlichen Muster folgte. Für solche pragmatische, individuelle Lösungen sei die IV-Stelle manchmal etwas zu wenig flexibel, sagt Karl Emmenegger. Und auch Rolf Allemann sagt, dass es ihnen nicht leicht gemacht worden war. So musste die Gärtnerei Allemann drei Monate den Lohn vorschiesen, weil nicht klar war, ob die IV mitziehe.

«Es brauchte viel Überzeugungsarbeit, um die IV davon zu überzeugen, dass diese Platzierung die sinnvollere Lösung ist, als eine Lehre in Frankreich», sagt Emmenegger. Dabei sei es auch für die IV von Vorteil gewesen, sie habe sicher mehrere Zehntausend Franken an Taggeld gespart.

«Wir haben es ja alle überstanden», sagt Rolf Allemann rückblickend. Und dass sich die Hartnäckigkeit gelohnt hat, zeigt ein Blick ins Gilles Escalin zufriedenes Gesicht.

### Info

#### IMPULSE

### Chancengerechtigkeit

Die Gärtnerei Allemann ist eines von rund 50 Unternehmen, das mit dem «iPunkt» zertifiziert ist. Dieses Label ist ein Angebot von «Impulse – Ein Arbeitsmarkt für alle». Das Ziel von «Impulse» ist es, die Chancengerechtigkeit von Menschen mit einer Behinderung zu fördern. Unternehmen werden in ihrem sozialen Engagement unterstützt und die Arbeitsintegration aller Menschen gefördert.

[www.impulse.swiss](http://www.impulse.swiss)

**Hallo.  
Kennen wir  
uns?**

**Schwabe AG** mit Druck,  
Medienproduktion und  
Informatik heisst jetzt  
**Die Medienmacher AG**

[hallo@medienmacher.com](mailto:hallo@medienmacher.com)  
[www.medienmacher.com](http://www.medienmacher.com)



### «Spitzhacke»

#### KOLUMNE

### Nein, Wasser ist nicht nass ...

Der Exportschlager namens «Alternative Facts» von Donald J. Trumps Beraterin Kellyanne Conway hat den Sprung über den Atlantik definitiv geschafft. Diese – na ja, nennen wir es mal – Kommunikationsstrategie begeistert derzeit vor allem das JaVoltaNord-Komitee. Verständlich, denn es ist ja auch wirklich eine praktische Sache.

- Warum soll man denn auch zugeben, dass die Fläche fürs Gewerbe um knapp zwei Drittel reduziert wird? Man kann ja auch sagen, die Fläche wird vergrössert.
- Warum soll man auch sagen, dass man als «Quartierpark» ein Liesbergermätteli 2.0 plant? Man kann ja auch sagen, dass man einen Park mit über 20 000 Quadratmetern realisiert. Dass mehr als die Hälfte nicht betreten werden darf, weil man eine Ödlandschnecke erschrecken könnte? Who cares? Steht ja nur so im Ratschlag.
- Und man kann ja auch sagen, es gibt keinen Bedarf an Gewerbeflächen. Ist doch wurst, wenn Firmen wie alltech ihre 175 Arbeitsplätze nach Muttenz zügel.
- Und man kann ja auch eine Wohnlage neben Kehrlichtverbrennung, Chemiefirma, Bahnlinie und mit 60 Lastwagenfahrten vor dem Fenster als formidabel bezeichnen. Wasser ist ja schliesslich auch nicht nass, oder?

Ein wenig enttäuschend ist hingegen, wie mutlos die VoltaNordianer ihre – nun ja – Kommunikationsstrategie umsetzen. Zum Beispiel könnte man ja auch noch behaupten: Das Gewerbe sei für VoltaNord. Aber kommt ja vielleicht noch... Wir sind gespannt.