



Das verborgene Gold

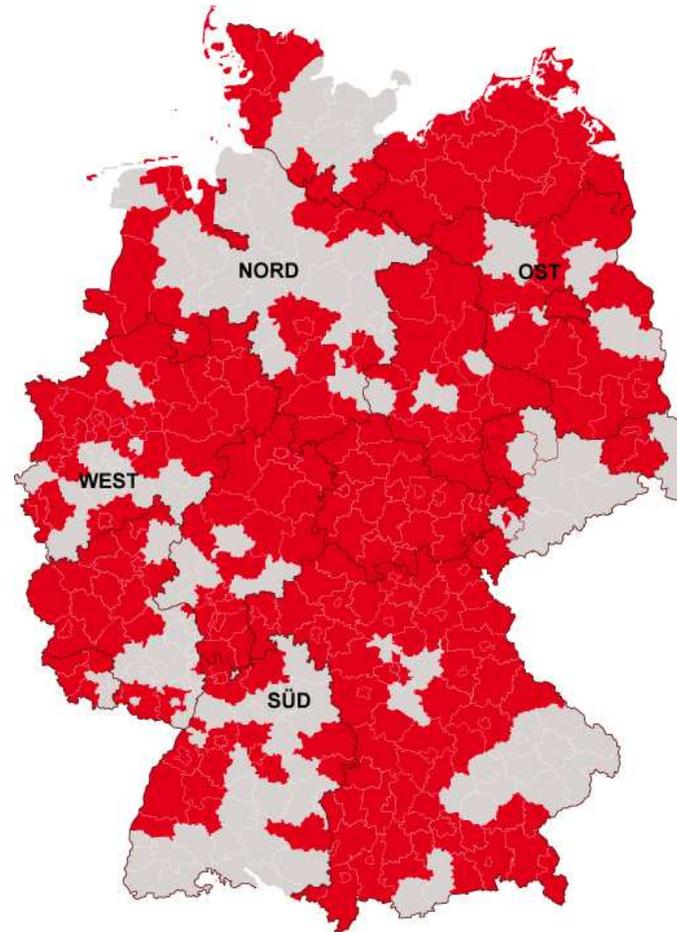
Motivation älterer Arbeitssuchender

Anne Meuer-Willuweit – Paktkoordination Generation Gold
4. Tagung der Marie Luise und Ernst Becker Stiftung
Bonn, 1./2. Oktober 2009



Die Beschäftigungspakte in Deutschland

62 Pakte
292 GSS
20 000 Integrationen
pro Jahr
Mittelvolumen 2009
150 Mio. €
Mittelvolumen 2010
250 Mio. €





Zielebenen des Bundesprogramms

- Verbesserung der Chancen Älterer auf dem Arbeitsmarkt: Beschäftigungsfähigkeit erhöhen und Integrationen realisieren
- Entwicklung und Umsetzung innovativer Strategien und Ansätze im regionalen Kontext: lokale Verantwortung, Modellprojekte mit Erprobungen, Nachhaltigkeit
- Sensibilisierung der Unternehmen für den demografischen Wandel
- Initiierung und Etablierung von verbindlichen Netzwerkstrukturen in den Regionen



Programmansatz

- Paradigmenwechsel bei der Initiierung und Steuerung eines Bundesprogramms in der Arbeitsmarktpolitik
- keine zentrale Steuerung über definierte Förderinstrumente, sondern Mittelzuteilung über lokale Zielvereinbarungen
- inhaltliche Weiterentwicklungen im Umsetzungsprozess mit hoher Flexibilität des Mitteleinsatzes
- Schaffung eigener Personalressourcen bei den GSS
- verbindlicher Kodex in der Umsetzung



Entwicklung des Beschäftigungspakts

- Ideenwettbewerb im Sommer 2005
- in OWL: Start mit 6 Argen als Verbund
- Evaluation zum Monitoring der Zielgruppe
- Entwicklung erfolgreicher Integrationsstrategien
- Umsetzung überwiegend extern durch Dritte
- Aufbau der Marke GENERATION GOLD
- Erweiterung auf Gesamtregion OWL in 2008
- geplante Erweiterung ab 2010

Potenziale für den Arbeitsmarkt in OWL

**GENERATION
GOLD 50plus**



Perspektive
50plus
Beschäftigungspakte
in den Regionen



Erfahrungen – lokal und bundesweit

- Es gibt nicht den einen „Königsweg“ für die Aktivierung und Integration Älterer
- Individuelle, partnerschaftliche Beratung mit genügend Zeit ist am wichtigsten – Kümmerer-Funktion
- Dienstleister für Unternehmen sein bei teilnehmerorientierter Vermittlung
- permanente Reflektion und Weiterentwicklung der Konzepte bei Veränderungen bei der Zielgruppe und im Markt
- Kooperationen zwischen GSS und Trägern sind am erfolgreichsten und effektivsten

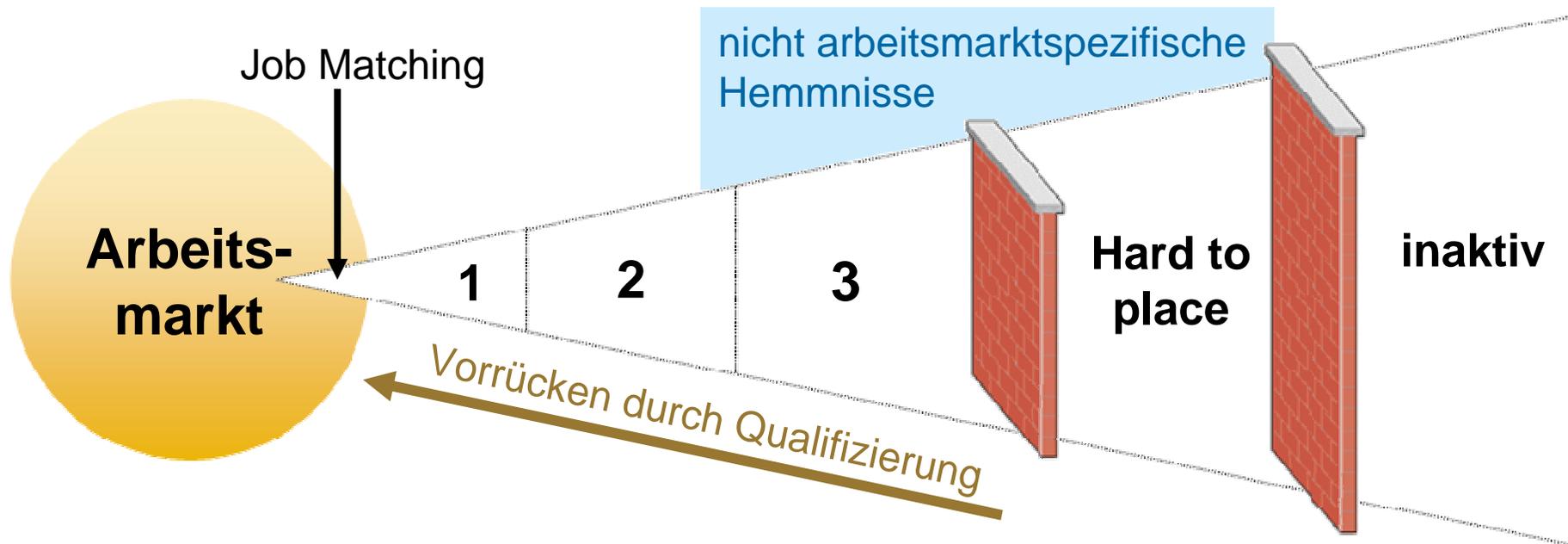


Motivation älterer Arbeitssuchender

- Welche Ausgangslage finden wir vor?
- Wie gehen wir in der Beratung damit um?
- Welche Methoden werden dabei eingesetzt?
- Was sind die Schwerpunkte im Integrationsprozess?



Der Rahmen: die Warteschlange zum Arbeitsmarkt



Dauer der Arbeitslosigkeit



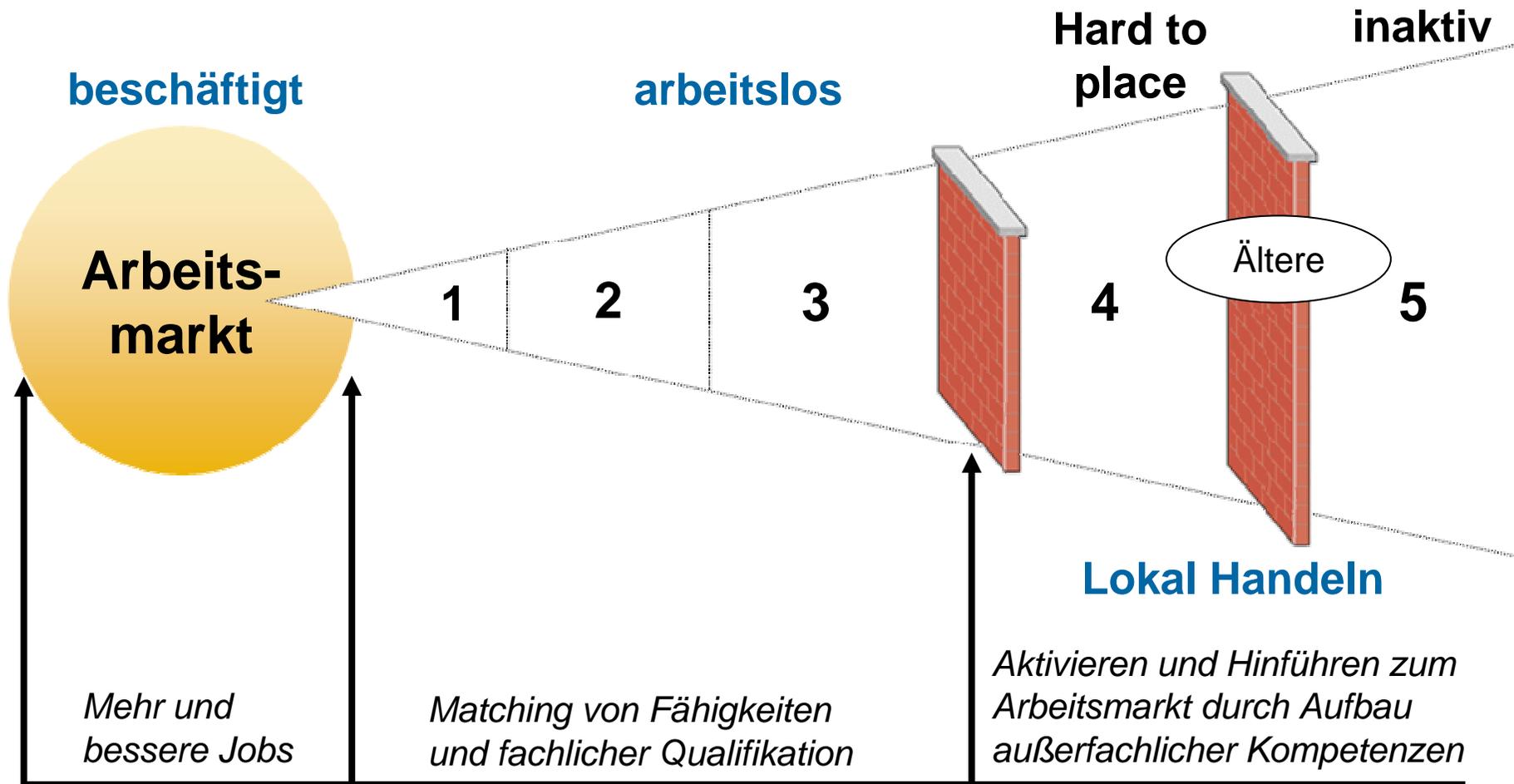


Merkmale der Zielgruppe 50 plus

- 60 % bis 55 Jahre alt
- 50 % allein stehend
- 40 % mit gesundheitlichen Einschränkungen
- 35 % ohne Schul- oder Berufsabschluss
- 38 % mit Migrationshintergrund
- 49 % nur eingeschränkt mobil
- 37 % mehr als 4 Jahre arbeitslos



Wege in den Arbeitsmarkt



Breitgefächerte arbeitsmarktpolitische Maßnahmen



Aktivierungsansätze

- Individuelles Coaching unterstützt von Gruppenmaßnahmen
- Gruppenmaßnahme unterstützt von individuellem Coaching
- Assessments bei unklaren Einschätzungen
- Begleitinstrumente wie
 - Spezialberatung für besondere Lebenslagen
 - Gesundheitsförderung
 - Nachbetreuung und Jobeinstiegscoaching



Methoden der Beratung

- motivierende Gesprächsführung (motivational interviewing) nach Miller/Rollnick
- systemische Beratung unter Einsatz lösungsfokussierter Gesprächstechniken
- Ansätze aus der Kurzzeittherapie (Steve de Shazer)
- Einsatz von Sport zur ganzheitlichen Verbesserung der Energie



Wege in den Arbeitsmarkt

- angemessene „slots“ auf dem Regelarbeitsmarkt finden
- „maßgeschneiderte“ Jobs zusammen mit Unternehmen entwickeln
- den Teilnehmenden länger dauernde Unterstützung anbieten – auch in der ersten Phase beim Arbeitgeber
- das „Vorrücken“ in der Warteschlange organisieren durch abgestimmtes Übergangsmanagement
- Erfahrungsaustausch im Netzwerk nutzen



Erfahrungen und Konsequenzen

- Wie kann Motivation entwickelt und erhalten werden?
- Was ist übertragbar auf die Unternehmenspraxis?
- Wie können mentale Leitbilder verändert werden?

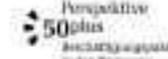


Motivation erhalten und entwickeln

Beispiel aktiv50.net



Potenziale für den Arbeitsmarkt in OWL
**GENERATION
GOLD 50plus**





Übertragung auf die Unternehmenspraxis

- Mitarbeitende in die Entwicklung einbinden
- partnerschaftlicher Umgang mit Anerkennung der Erfahrungen
- Potenziale sehen und nicht Defizite
- Führungskräfte auf den demografischen Wandel vorbereiten
- Körper und Geist als eine Einheit sehen
- Angebote ganzheitlich ausrichten



Veränderung mentaler Leitbilder

- Potenziale der Zielgruppe sichtbar machen
 - in der betrieblichen Praxis
 - Beispiele auf der Homepage www.generation-gold.biz
- permanente Öffentlichkeitsarbeit
- Präsenz auf Tagungen zum Thema



Öffentlichkeitsarbeit

Ausstellung: Bilder einer Generation

- Auf Jobmessen
- In der Region
- Bei Unternehmen





Öffentlichkeitsarbeit Kampagnenjahr

Aktion mit den Lokalradios: Eine starke Generation

- Spots in allen Teilregionen
Januar – Mai 2009
- Beiträge über erfolgreiche
Vermittlungen
Januar 2009





Öffentlichkeitsarbeit

Sonderheft „Forum OWL“

Potenziale einer Generation

- Handreichung für die Arbeitsmarktpolitik der Region
- Sensibilisierung für Unternehmen





Vielen Dank!

Anne Meuer-Willuweit

Paktkoordination

Fon 05222.944207

a.meuer-willuweit@generation-gold.biz

www.generation-gold.biz

Potenziale für den Arbeitsmarkt in OWL

**GENERATION
GOLD 50plus**



Perspektive
50plus
Beschäftigungspakte
in den Regionen