

Gesundheit fördern in der Zeitarbeit - Perspektiven für ein besonderes betriebliches Setting

14. Kongress Armut und Gesundheit
am 5. Dezember 2008

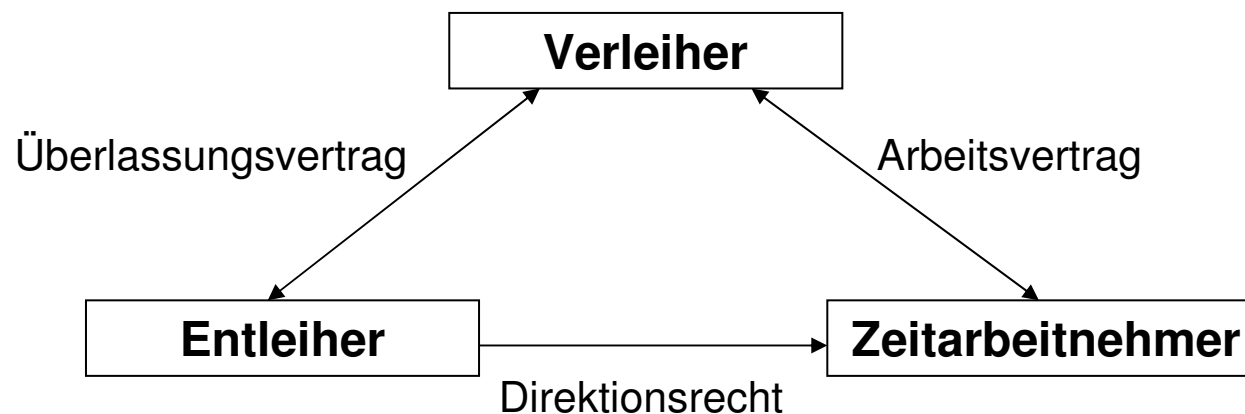
Dr. Ulrich Jansen
Ulrike Sirch

Agenda



1. Merkmale der Zeitarbeit
2. START Zeitarbeit NRW GmbH
3. Voraussetzungen für Gesundheitsförderung
4. Umsetzung der Gesundheitsförderung
5. Beispiel Gesundheitsfördergespräche
6. Fazit/Diskussion

- Seit 1972 in Deutschland durch das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz geregelt
- Gekennzeichnet durch folgende Struktur:



START Zeitarbeit

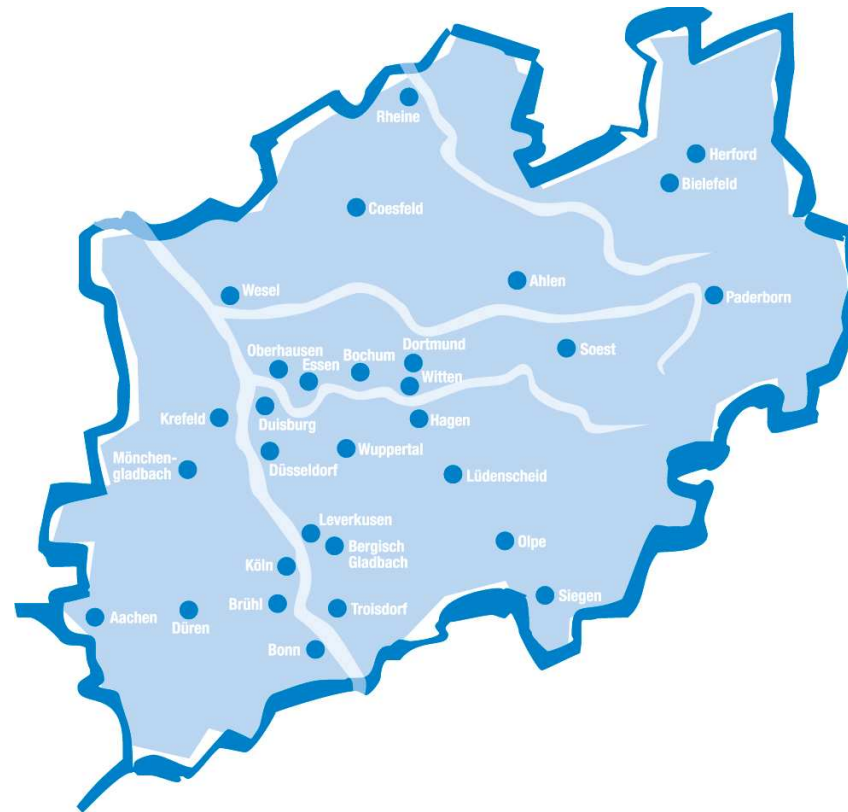


- 30 Standorte in ganz NRW
- 1995 nach dem Vorbild eines holländischen Projekts gegründet
- Gesellschafter
- Arbeitsmarktpolitische Auftrag

Standorte

Personalbetreuung

**In 30 Niederlassungen
werden von 140
Mitarbeitern rund 2500
Zeitarbeitnehmer
betreut. Weitere 35
nehmen
Zentralfunktionen wahr.**



Gründung des Unternehmens 1995 als Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Heute sind Gesellschafter:

- **Land Nordrhein-Westfalen**
- **DGB Bezirk NRW**
- **Landesvereinigung der Arbeitgeberverbände NRW e. V.**
- **Arbeitgeberverband Stahl e. V.**
- **Nordrhein-Westfälischer Handwerkstag e. V.**
- **Landkreise NRW**
- **Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen e. V.**
- **Deutscher Städtetag**
- **Arbeitsgemeinschaft der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege des Landes Nordrhein-Westfalen**
- **Stadt Duisburg**
- **Evangelische Kirche im Rheinland**

Bedeutung des arbeitsmarktpolitischen Auftrags:
Zeitarbeit als Brücke zwischen Arbeitslosigkeit und
fester Beschäftigung

Instrumente:

- Tarifliche Bezahlung
- Unbefristete Verträge
- Qualifizierungsmaßnahmen
- Partnerschaftliche Ausbildung
- Beteiligung/Durchführung von Projekten
- Hoher Stellenwert von Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung

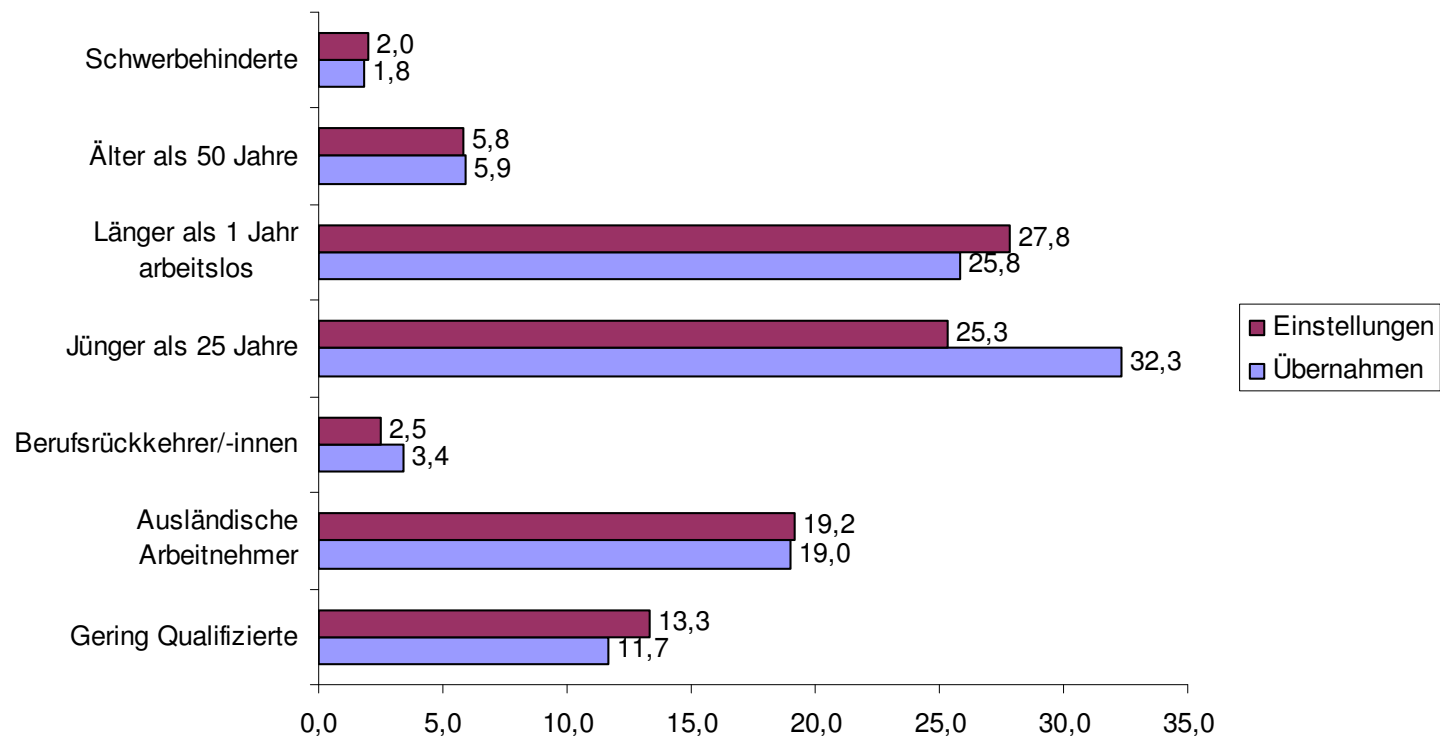
Voraussetzungen für Gesundheitsförderung



1. Gründe für die Umsetzung von Gesundheitsförderung
 - Arbeitsmarktpolitische Auftrag
 - Zusammenhänge zwischen Arbeitslosigkeit und Gesundheit
 - Belastungen durch Zeitarbeit
 - Klassische Beweggründe für betriebliche Gesundheitsförderung

Zielgruppen

Seit Gründung 27.800 Einstellungen und 11.300 Übernahmen (41 %) Zielgruppenanteile in Prozent:



2. Rahmenbedingungen

- Dezentrale Unternehmensstruktur
- Besondere Arbeitgeberposition
- Heterogenität der Zielgruppen

Ansatzpunkte: Akteure der Gesundheitsförderung

1. Kooperationen mit externen Akteuren/Dienstleistern der Gesundheitsförderung
2. Kooperationen mit Kundenunternehmen
3. Interne Multiplikatoren

→ Gesundheitsfördergespräche

- Warum Gesundheitsfördergespräche?
- Entwicklungsschritte: von JobFit Regional bis heute
- Kriterien für eine Weiterentwicklung nach der Pilotphase
- Aktueller Stand des Konzepts: Qualifizierung von Disponenten als Multiplikatoren
- Inhalte der Gespräche

Evaluationsgespräche ergaben folgende Schwerpunkte:

1. Rollenkonflikt der Disponenten:
Arbeitgeber – Gesundheitsberater?
2. Integration der Gespräche in den Vertriebsalltag
3. Erreichbarkeit der Zeitarbeitnehmer

Weitere Maßnahmen

- Familientage
- Kochkurse/Ernährungsberatung
- Laufgruppen/Teilnahme an Unternehmensläufen

- Gesundheitsförderung ist kein Selbstläufer
- Maßnahmen müssen „ausprobiert“ und weiterentwickelt werden
- Möglichkeiten und Grenzen eines Zeitarbeitsunternehmens
- Verstärkter Fokus auf Netzwerke und Kooperationen notwendig

**Vielen Dank für Ihr Interesse und
Ihre Aufmerksamkeit!**