

SOCIALT JOBMATCH

UFORMELLE JOBMESSER FOR LANGTIDSLEDIGE

RESULTATER, ERFARINGER & ANBEFALINGER
FRA FORSØG MED SOCIALE JOBMESSER
I RANDERS & SYDDJURS KOMMUNE



’ Jeg synes, det er en gylden mulighed, at man kan få lov at komme ud og snakke med virksomhederne og vise hvem man er, og hvad man står for. Fordi jeg har svært ved at skrive mig ned på et papir. De virksomheder jeg har snakket med i dag siger til mig: ”Du er så glad og energisk og du smiler...”, ja lige præcis, det havde du ikke set, hvis du havde læst mit CV eller min ansøgning. Det er bare ikke den samme energi!

- Ledig på jobmesse 1 i Ree Park Safari

Socialt Jobmatch

Uformelle jobmesser for langtidsledige. Resultater, erfaringer og anbefalinger fra forsøg med sociale jobmesser i Randers og Syddjurs Kommune.

Mathias Bruhn Lohmann
Socialt Udviklingscenter SUS
Foråret 2020

Projekt ”Socialt Jobmatch” løb fra januar 2019 til marts 2020 og var støttet af Poul Due Jensens Fond med medfinansiering fra Randers og Syddjurs Kommune.

Ikoner fra The Noun Project.



Socialt Udviklingscenter SUS
Nørre Farimagsgade 13
1364 København K.

www.sus.dk

INDHOLD

- SIDE 4: INTRODUKTION
- SIDE 5: RESUMÉ AF RESULTATER
- SIDE 6: RESUMÉ AF ANBEFALINGER
- SIDE 8: RESULTATER – BORGER
- SIDE 10: RESULTATER – VIRKSOMHED
- SIDE 11: RESULTATER – KOMMUNE
- SIDE 13: ANBEFALINGER – INDEN MESSEN
- SIDE 15: ANBEFALINGER – UNDER MESSEN
- SIDE 16: ANBEFALINGER – EFTER MESSEN
- SIDE 18: BUSINESS CASE – KAN METODEN BETALE SIG?
- SIDE 19: UDFORDRINGER VED METODEN
- SIDE 20: IMPLEMENTERING
- SIDE 21: KONTAKTINFORMATIONER



INTRODUKTION

Formålet med metoden 'Socialt Jobmatch' er at gøre det lettere for langtidsledige, udsatte og psykisk sårbare borgere at få et job, selvom de har et mangelfuldt cv, har været udenfor arbejdsmarkedet i en årrække eller har begrænset arbejdsevne og særlige støttebehov.

På sociale jobmesser får ledige mulighed for at mødes med potentielle arbejdsgivere til en uformel og uforpligtende samtale, hvor fokus er på menneskelige egenskaber og god kemi fremfor på professionelle netværkskompetencer og imponerende CV'er. Og virksomheder får mulighed for at se mange forskellige kandidater i øjnene, også nogle kandidater, som de måske ellers ikke ville få lejlighed til at hilse på – og på den måde få løst deres behov for arbejdskraft.

Metoden kendes bedst fra store karrieremesser målrettet højtuddannede og talentfulde unge, men potentialet er tilsvarende stort overfor udsatte og sårbare borgere på kanten af arbejdsmarkedet. Omtrent 8 ud af 10 jobs fås gennem netværk, og mange langtidsledige borgere får aldrig chancen for at præsentere sig selv for en arbejdsgiver, fordi de på forhånd diskvalificeres af deres manglende netværk, erfaring og kvalifikationer og de store huller i CV'et. For denne gruppe kan det uformelle møde være med til, at borgere og virksomheder, der ellers ikke ville have mødtes, får øje på hinanden og kan se potentialet i at arbejde sammen.

Projekt Socialt Jobmatch blev gennemført fra januar 2019 til marts 2020 i et samarbejde mellem Randers Kommune, Syddjurs Kommune, Socialt Udviklingscenter SUS og Poul Due Jensens Fond. I denne erfaringsopsamling kan du læse om nogle af de resultater, erfaringer og anbefalinger, der kom ud af projektets forsøg med to sociale jobmesser i Randers og Syddjurs Kommune. Messerne blev afholdt i hhv. Ree Park Safari og Randers Kunstmuseum, hvor i alt 239 borgere og 77 virksomheder deltog.

Målgruppen for projektet var borgere med minimum ét års ledighed og nedsat arbejdsevne og/eller særlige støttebehov. I praksis viste det sig, at den gennemsnitlige ledighed blandt borgerne var på godt fire og et halvt år. 10% af deltagerne på de to messer havde endda været ledige i mere end 10 år (og en tredjedel af dem mellem 15 og 29 år). Borgerne var fordelt på flere kommunale visitationsgrupper, primært jobparate og aktivitetsparate kontanthjælpsmodtagere, borgere på ledighedsydelse (fleksjob), integrationsborgere og unge ikke-uddannelsesparate. Der var således ikke tale om forsikrede ledige (dagpengemodtagere).

Metode: Resultater, erfaringer og anbefalinger i denne udgivelse beror på:

- Indsamling og analyse af kommunale registerdata fra de to kommuner
- Workshops og møder med medarbejdere og ledere fra de to kommuner
- 19 kvalitative telefoninterviews med borgere og 6 telefoninterviews med virksomheder efter de to jobmesser (foruden kommunernes egen opfølgning med begge parter).
- Analyse af spørgeskemaundersøgelse blandt borgere efter de to messer (svarprocent på 55% efter messe 1, og 78% efter messe 2).

Vi håber med denne udgivelse at kunne inspirere andre kommuner og organisationer til at anvende metoden samt at give både langtidsledige borgere og virksomheder et indblik i metoden og en lyst og motivation til at tage del i sociale jobmesser i fremtiden.

God læselyst!

/Socialt Udviklingscenter SUS

RESUMÉ AF RESULTATER & ERFARINGER FRA SOCIALE JOBMESSER



BORGER

Ifølge borgerne har tilbuddet stor værdi pga. uformel og direkte kontakt til virksomheder

Borgere får øje på jobtilbud og brancher, som de ikke havde overvejet el. kunnet se sig selv i inden

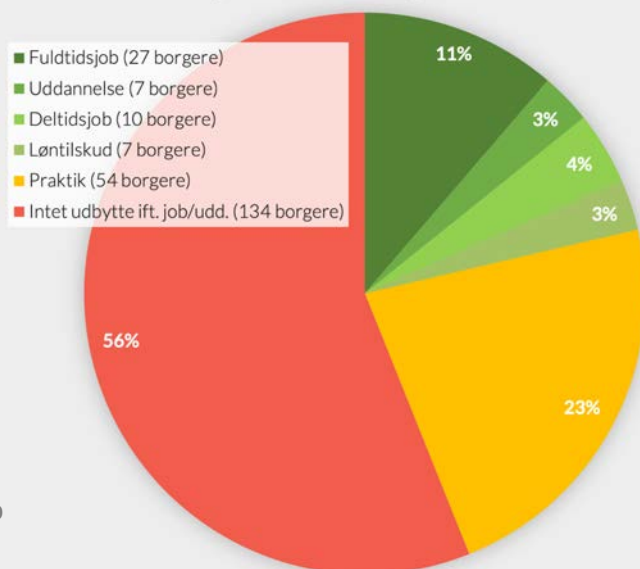
2 ud af 3 borgere (62%) har fået større tro på, at de vil komme i arbejde inden for det næste år

4 ud af 5 borgere (78%) synes dette var et bedre tilbud end de tidligere har fået for at komme i job

Simpel tilfredshedsmåling (grøn-gul-rød smiley) blandt borgere ved farvel efter jobmesse 1 og 2



Samlet effekt
2 jobmesser - 239 borgere



VIRKSOMHED

Værdifuldt for virksomheder at kunne møde så mange borgere ansigt til ansigt på så kort tid

Virksomhederne sætter pris på ærlige dialoger med sårbare borgere om de udfordringer, de måtte have (ingen ledige 'oversælger' sig selv)

Simpel tilfredshedsmåling (grøn-gul-rød smiley) blandt virksomheder efter hhv. jobmesse 1 og 2



"Vi har aldrig fået så positive tilbagemeldinger fra virksomhederne før, og vi har vel at mærke lavet mange andre aktiviteter med dem" – Virksomhedskonsulent, Randers

Mange virksomheder udtalte, at dette var det bedste samarbejde de havde haft med jobcentret.

Virksomhederne kan se potentialet i borgerne, når de møder dem – også selvom de mangler erfaring fra branchen og de rette faglige kvalifikationer

Samtlige virksomheder erklærede sig klar til at deltage igen ovenpå messe 2



KOMMUNE

Sociale jobmesser styrker kendskabet til og samarbejdet med virksomheder i kommunen

Jobmesser øger borgeres motivation og energi i jobsøgningen og i samarbejdet med jobcentret.

Ifølge jobcenter-medarbejderne er sociale jobmesser meningsfulde, fordi tilbuddet er simpelt, arbejdsmarkedsrettet og attraktivt for borgerne

1% SUCCESRATE KAN VÆRE NOK TIL BREAK EVEN!

Business case: Hvis bare 1 ud af 100 borgere, kommer i fuldtidsjob (som ikke var kommet det ved en ordinær indsats) er udgifterne forbundet med afholdelse af jobmesserne tjent hjem igen.

I dette forsøg viste metoden sig at virke særligt godt overfor hhv. unge og ikke-jobparate ledige

Begge kommuner har besluttet at fortsætte med at bruge metoden efter projektets afslutning.

RESUMÉ AF ANBEFALINGER

SÅDAN AFHOLDER I SOCIALE JOBMESSER



INDEN MESSEN

Systematisk screening og invitation af borgere på tværs af visitationsgrupper

Kollektive forberedelses- og sparringsforløb for alle borgere, der deltager på messen.

Systematisk og intensiv rekruttering af virksomheder med reelle jobs på hånden

Borgere laver liste over top 3-5 virksomheder, som de vil forberede sig på at tale med på messen.

Stærkt ledelsesfokus med tydelig uddelegering af opgaver og forventninger i rekrutteringsproces

Brug video og billeder fra tidligere messer til rekruttering af borgere og virksomheder



UNDER MESSEN

Afhold messen i ikke-kommunale, ukonventionelle rammer, der indbyder til uformel dialog

Byd velkommen og sæt messen godt i gang, men undgå ellers afbrydelser undervejs.

Hjælp borgere under messen med at tale med og opsøge relevante virksomheder

Til større messer: Invitér borgere ind med en times mellemrum for at undgå kø og meget larm

Facilitér kort 30-45 minutters networking-session blandt virksomheder lige inden messen går i gang.

Bland virksomhederne i lokalet efter geografi, brancher og popularitet for at sikre godt flow.

Medbring aktuelle stillingsopslag vedr. jobs hos virksomheder, der ikke er på messen

Afhold messen på ca. 2 timer og server lidt vand, kaffe og frugt undervejs – gem evt. frokost til sidst.



EFTER MESSEN

Følg systematisk op med alle borgere efter messen – både dem med og uden job og praktik

Hjælp borger og virksomhed med at afstemme forventninger og evt. støttebehov efter match

Gennemfør kollektive opfølgingsmøder for alle borgere (i grupper fra forberedelsesforløb)

Ny intern screening af borgere efter messen mhp. afklaring af ny/justeret indsats i jobcentret

Følg systematisk op med alle virksomheder lige efter messen og hør om nye rekrutteringsbehov

Foretag intern evaluering af messens forløb og begynd planlægning af næste jobmesse

RESULTATER & ERFARINGER

FRA FORSØG MED SOCIALE JOBMESSER





RESULTATER BORGER

"Det her får jo 10 ud af 10, fordi jeg har fået arbejde ud af det. Nogle har jo svært ved at læse og skrive, og det har jeg også – så jeg har ikke tidligere lykkedes med noget i jobcentret. Men det viser jo bare, at det er den almindelige måde at gøre tingene på, der er problemet. Det er min holdning." – Borger

Øget beskæftigelsesgrad

Som vist i resuméet af resultaterne fra messen, så har i alt 44%, dvs. **105 ud af de 239 borgere, som deltog på de to jobmesser, fået direkte gavn af messerne** i form af enten job eller praktik. 27 borgere fik et fuldtidsjob (11%), 7 kom i uddannelse (3%), 10 kom i deltidsjob eller fleksjob (4%), 7 kom i løntilskud (3%) og 54 kom i virksomhedspraktik (23%). Tages praktikforløb ud af ligningen havde messen en succesrate på 21% ift. reel tilknytning til uddannelse og job.

Metoden viste sig at være særlig effektiv over for unge under 30 år (såkaldt aktivitetsparate uddannelseshjælpsmodtagere), hvor 14 ud af 35 unge fra de to kommuner kom i arbejde og yderligere 6 kom i uddannelse efter messe 2. Det vil sige en succesrate på 57%. Borgere på ledighedsydelse (afklaret til fleksjob) tyder også på at kunne få særlig stor gavn af metoden, fx fik 5 ud af 14 fleksjobbere fra Randers arbejde efter messe 2 (succesrate på 36%). I Syddjurs var resultaterne for denne gruppe mindre markante med en succesrate på 1 ud af 13. Derudover var det bemærkelsesværdigt, at messerne viste sig at have ligeså stor gavn for nogle af de borgere over 30 år, der var længst væk fra arbejdsmarkedet. Således var der ingen væsentlige forskelle at se i resultaterne blandt hhv. de aktivitets- og jobparate kontanthjælpsmodtagere. Endelig har ledige med anden etnisk baggrund, ifølge jobcentermedarbejderne, også fået gavn af metoden. Selvom manglende dansk kundskaber er en udfordring, både på forberedelsesforløb og i mødet med virksomhederne, så kan denne gruppe have stor gavn af at kunne præsentere sig selv på en anden måde end i skriftlige ansøgninger. 25% af integrationsborgerne kom i praktik efter messe 2.

Kun ganske få borgere blev ansat under selve messen. De fleste blev ansat efter en opfølgende job- eller praktiksamtale i ugerne efter. **Generelt viste det sig, at de fleste borgere var blevet ansat inden for en måned efter messen.** Dog så vi, som eksempel, en mindre stigning i Randers på ca. 5% i fuldtidsjob-kategorien og et fald på ca. 5% i praktik-kategorien fra første statusmåling 30 dage efter messe 2 til næste statusmåling 90 dage efter. Billedet var nogenlunde det samme i Syddjurs.

Borgerne ser altså umiddelbart ud til at fastholde deres ansættelser fra messe 2, selvom resultaterne kan have nået at ændre sig siden data blev indhentet sidste gang i februar 2020. Hvad angår fastholdelsesgraden var billedet mere blandet efter messe 1, hvor andelen af beskæftigede i begge kommuner faldt en smule fra første til sidste statusmåling. **Derfor følges der op på de samlede resultater igen i juni 2020 for at se de mere langsigtede effekter af messerne** samt undersøge fastholdelsesgraden ift. job/uddannelse og få blik for borgernes og virksomhedernes evne og vilje til at konvertere virksomhedspraktikker til ansættelser på ordinære vilkår. Projektet har overordnet vist, at der er stort behov for opfølgning på både jobs og praktikker for at sikre størst mulig effekt på længere sigt. Dette uddybes i et senere afsnit om anbefalinger 'efter messen'.

Større arbejdsmarkedsparathed

Udover den øgede beskæftigelsesgrad blandt de borgere, der deltog på messerne, har en stor andel også givet svar i interviews og spørgeskemaundersøgelsen, som indikerer, at deres deltagelse på kollektive **forberedelsesforløb og sociale jobmesser har styrket deres arbejdsmarkedsparathed**; det vil sige deres egen tro på, evner til og konkrete muligheder for at komme i job¹.

En af de mest markante indikationer på øget arbejdsmarkedsparathed er, at 2 ud af 3 borgere (62%) tilkendegiver i spørgeskemaet, at deres deltagelse på messerne i nogen eller høj grad har givet dem en **større tro på, at de vil komme i arbejde inden for det næste år**. Derudover er der i vid udstrækning cirka samme andel borgere, der svarer, at deres deltagelse i nogen eller høj grad har styrket ...deres tro på, at deres personlige og faglige kompetencer kan bruges på en arbejdsplads (58%); ...deres evne til at gå i dialog med mulige arbejdsgivere, de ikke kender på forhånd (58%); ...deres viden om hvad de kan gøre for at komme i arbejde og forbedre deres jobmuligheder (61%). Af de resterende svarer ca. 20-30%, at dette kun i lav eller ingen grad er tilfældet, mens 10-20% svarer, at de allerede før messen havde en god tro eller evne inden for det pågældende parameter.

"Det har gjort noget på min selvtilidskonto. Jeg er helt oppe at køre stadigvæk" - Borger

1. Spørgsmål i spørgeskemaet vedr. arbejdsmarkedsparathed har været inspireret af spørgsmål og indikatorer fra BeskæftigelsesIndikatorProjektet (BIP), som har undersøgt de væsentligste indikatorer for om udsatte borgere kommer i job: http://vaeksthusets-forskningscenter.dk/wp-content/uploads/2017/02/BIP-Indikatorer-og-jobsandsynlighed_Hovedpointer.pdf



& ERFARINGER BORGER

"Det var rigtig spændende at få snakket med og hørt hvad virksomhederne havde at byde på af job. Jeg følte til tider, at der blev meget ventetid mellem virksomhederne, men jeg føler mig mere robust og stærkere til at komme ud og sælge mig selv til en virksomhed. Jeg har fået et større netværk." – Borger

Større arbejdsmarkedsparathed - fortsat

I de kvalitative interviews og opsamlinger med borgere efter begge messer, ser vi også tydelige indikationer på, at deltagelsen i både forberedelsesforløb og messer har gjort en forskel ift. arbejdsmarkedsparathed. Flere borgere har fået ny energi i jobsøgningen, større mod på at sætte konkrete mål for jobsøgningen og gå i dialog med virksomheder. En borger udtalte for eksempel: "Det var rigtig godt. Det gav én et skub til at få snakket med arbejdsgiverne. Jeg har været meget nervøs og angst for at tale med virksomheder, men jeg nåede da at snakke med hele 9, og de virkede meget positive."

Flere andre borgere giver lignende svar: "Jeg har fået mere mod på at gå ud til virksomheder med ansøgninger", "Jeg har fået ny energi til at søge jobs, det kan godt være surt indimellem", og "Jeg har fået mod på at sætte mig mål for, hvem jeg skal kontakte – og jeg er blevet bedre til at snakke om, hvad jeg er god til, i stedet for det jeg ikke er god til". Borgernes udsagn stemmer godt overens med mange jobkonsulenters oplevelse af positive forandringer blandt borgere (se afsnit om 'kommune' nedenfor).

Direkte og uformel adgang til potentielle arbejdsgivere

Næsten samtlige borgere tilkendegiver, at noget af det mest positive ved metoden er, at man så nemt kommer i direkte og uformel dialog med potentielle arbejdsgivere; noget man som langtidsledig ellers har uhyre svært ved, fordi man, som flere pointerer, tit først skal forbi en sekretær, bliver bedt om at sende en mail, eller aldrig kommer gennem nåleøjet til jobsamtalen. Det giver blod på tanden, at virksomhederne står klar og er lige til at tale med; det giver en fornemmelse af, at der rent faktisk kunne ligge et job og vente på dem, hvis matchet er der. Og så er den uforpligtende dialog med til at minimere risikoen for og følelsen af at blive 'afvist' og dermed få endnu et nederlag i jobsøgningen (sammenlignet med ordinære jobsamtaler). Som en borger siger: "Jeg kan sende 100 ansøgninger og kun komme til samtale én gang. Jeg har været til samtale én gang! Derfor er det rigtig godt at få mulighed for at mødes med virksomheder på den her måde".

Ifølge nogle af de borgere, der har været mest begejstrede for messerne, er der en anden positiv dimension ved det direkte møde ansigt til ansigt, nemlig at en stor gruppe langtidsledige, lavt uddannede eller ordblinde borgere har svært ved at skrive en god ansøgning og "få dem selv ned på papir", og at dette tilbud derfor giver dem end helt anden mulighed for at kunne præsentere sig selv mundtligt og overbevisende i forhold til, hvad de traditionelle rekrutteringsprocedurer tillader.

Inspiration og nye muligheder

En sidste central erfaring omkring betydningen af sociale jobmesser, fra et borgerperspektiv, er at mange deltagere fortæller, at de fik øje på jobtilbud og brancher, som de ikke selv havde overvejet eller havde kunnet se sig selv i inden messen. Messernes hurtige adgang til en stor og mangfoldig gruppe af virksomheder gav altså ny inspiration til mulige og meningsfulde veje tilbage på arbejdsmarkedet. Som en borger fortæller: "Det var fint, at der ikke stod en stillingsbetegnelse, men at vi i stedet fik en snak om, hvad de manglede. Selvom jeg ikke havde tænkt på det, fik jeg lyst til at prøve noget andet.". En anden borger siger på samme måde, at messerne "gav noget ift. jobsøgning (...) gode ideer til at udvide sin horisont og tænke ud af boksen".

Desuden oplevede flere ledige, at mødet og dialogen med virksomhederne reelt åbnede nogle nye døre. For eksempel oplevede en borger, at en arbejdsgiver fra et vikarbureau selv foreslog at bruge sit eget personlige netværk for at få hende i job, mens en anden borger fik indtryk af, at nogle virksomheder opfandt nye jobs under messen: "Jeg oplevede tre eksempler på, at virksomheden opfandt nye jobs til mig, mens jeg snakkede om mig selv." Dette citat fortæller også, at det i nogle tilfælde godt kan betale sig at invitere virksomheder med uden konkrete jobs på hånden, så længe de er åbne for at kunne ansætte, hvis det rigtige match viser sig. Ifølge borgerne, sker der simpelthen noget i mødet med arbejdsgiverne, der gør at begge parter gør sit for at styrke den lediges jobchancer: "Jeg lærte at tale med en anden type virksomheder. Jeg har nu været til samtale et sted, hvor jeg ikke ellers ville have søgt. De sluttede af med at sige 'lad os se hvad vi kan finde ud af', så nu er jeg spændt på svaret. Det handler om indstilling, hvad man går der ind med. Om at tage ja-hatten på. Ved en ordinær samtale kan du tabe, blive afvist. Det var meget bedre her – man kan kun vinde."

4 ud af 5 borgere (78%) synes, at dette var et bedre tilbud end de tidligere har fået for at komme i arbejde.

Ift. borgernes samlede vurdering af de sociale jobmesser som en vej til at komme i arbejde (på en skala fra 1-10, hvor 10 er meget positivt), så giver 33% en score ml. 8-10, 47% en score ml. 5-7, og 20% en score ml. 1-4.

RESULTATER & ERFARINGER VIRKSOMHED

”Det er faktisk meget befriende, at der afholdes møder som det her, fordi man møder folk face-to-face. Også nogle som man måske ikke umiddelbart havde i kikkerten, men som simpelthen kommer op og siger 'vi er klar til at give den en skalle.'” - Thomas Hanberg Hansen, driftschef hos Ree Park Safari.

Behov for loyale medarbejdere – og socialt ansvar

Adspurgt om hvorfor de valgte at deltage på messerne, svarede virksomhederne i vid udstrækning, at det primært bundede i et behov for arbejdskraft og et ønske om at finde de rigtige kandidater. Det var kun sekundært et ønske om også at kunne løfte et socialt ansvar. Og i betragtning af at i alt 105 borgere endte med at blive tilbudt enten job eller praktik, samt at alle virksomheder har erklæret sig parate til at deltage i en lignende messe en anden gang, må der siges at være mange virksomheder, som kunne se et potentiale. De seneste års fokus på socialøkonomi og virksomheders sociale ansvar har vist, at det at rekruttere ledige fra kanten af arbejdsmarkedet kan give overskud på både den kommercielle og samfundsmæssige bundlinje. Og en af de virksomheder, der lykkes med at vækste kommercielt gennem en 'social' rekrutteringsstrategi er Borups Pakkeri². Som Direktør i Borups Pakkeri, Anne-Mette Olesen, fortalte efter messen i Randers: *Værdien for mig er, at jeg får nogle totalt loyale medarbejdere, der måske har været udenfor arbejdsmarkedet i en del år, men bare trænger til at komme tilbage og få noget at lave. De kan en hel masse, selvom de er på nedsat tid. Det er simpelthen bare om at finde det rigtige match! Jeg har lavet to ansættelser, måske fire, i dag. Jeg havde ikke lige behov for en daglig leder, men der var en fleksjobber, som bare kunne nogle ting. Så jeg har fået ansat mig en daglig leder til specifikt den her type lagerarbejde”.*

Ærlige dialoger med mange velforberejede kandidater på kort tid

Som rekrutteringsplatform giver sociale jobmesser værdi for virksomhederne, fordi det er en effektiv måde at møde mange kandidater på ganske kort tid – og samtidig få mulighed for at se dem an ansigt til ansigt på en uforpligtende måde. Som Lone Thinggaard fra NEMkontoret i Randers sagde: *”Messekonceptet her er godt, fordi man møder mennesket og kan danne sig et bedre indtryk, end man kan i en ansøgning. Man kan se personligheden og mærke, om man står med en person, der passer ind både til opgavetyperne og i virksomheden.”*

Flere virksomheder pointerede, at de havde oplevet, at mødet gav anledning til nogle ærlige dialoger, hvor borgerne ikke forsøgte at oversælge sig selv eller skjule manglende erfaringer eller begrænsninger i arbejdsvevnen (en tendens som de ellers nogle gange oplever eller fornemmer ved en traditionel rekrutteringsproces gennem jobcentret). Og mange virksomheder var både overraskede og imponerede over, at borgerne var så velforberejede til mødet med dem. Som Sussi Lybecker fra Kolbech Vikar og Rekruttering udtalte: *Jeg har snakket med rigtig mange nye kandidater. Der var nogle superegnede. De var meget motiverede og de virkede meget velforberejede. Det var givtigt og i nogle flotte rammer - meget uformelt med en god tone”.*

Netværk til andre virksomheder og øget rekruttering via jobcentret

Udover mødet med de ledige, nævnte flere virksomheder efter messen også, at deres deltagelse havde givet dem et bedre kendskab til arbejdsmarkedet i kommunen og et **godt netværk til de andre virksomheder**, blandt andet som følge af den korte netværks-session, der fandt sted inden borgerne kom. Ifølge en virksomhed fra Randers, var der flere af dem, der udvekslede kontakter ift. at samarbejde og kunne henvise til hinanden for jobs. Desuden nævnte en virksomhed i Syddjurs, at de havde fået en god kontakt til kommunen: *”Vi har aftalt at arbejde mere sammen fremover, bl.a. om hvordan vi kan tage nogle ind, som har dansksproglige udfordringer. Det skal vi udvikle på”.*

Et andet eksempel på et øget samarbejde med jobcentret kom efter messe 1, hvor **Ree Park Safari efter messen fik ansat flere borgere igennem Syddjurs Kommune**. På den måde kan messerne også være med til at inspirere virksomheder til at rekruttere via jobcentret og ikke mindst at rekruttere fra kanten af arbejdsmarkedet og skabe flere småjobs. Dette understøttes af oplevelsen hos Marianne Slot, Vandmiljø Randers, som efter messe 2 fortalte:

”Jeg kom uden ret mange forventninger. Men det sjove var, at jeg var rigtig positivt overrasket, da jeg gik derfra. Da jeg kørte hjem, tænke jeg mange tanker om, hvad det var, der gjorde det. Jeg har konstateret, at kandidaterne var velforberejede. De var velmotiverede, de havde tænkt over, hvad de ville sige, og hvem de ville møde. Og det synes jeg, var rigtig godt. Der var også noget for mig at have med hjem. Jeg fik tanker om, hvordan vi kan skabe de her små job.”

2. Læs case om Borups Pakkeri på Den Sociale Kapitalfonds hjemmeside (link nedenfor). Den Sociale Kapitalfond er blandt nogle af dem, der har vist, at social ansvarlighed og rekruttering fra kanten af arbejdsmarkedet sagtens kan gå hånd i hånd med kommerciel succes og vækst: <https://densocialekapitalfond.dk/nyheder/pakkeri-vaekster-med-medarbejdere-fra-kanten>

RESULTATER & ERFARINGER KOMMUNE

”I de tre år jeg har arbejdet i jobcentret, er det her dét, der har givet størst mening”
– Jobkonsulent

Ny energi og motivation hos borgerne i jobsøgningen og i samarbejdet med jobcentret

At understøtte at borgere kommer i uddannelse og beskæftigelse er selvsagt jobcentrenes kerneopgave, men udover en øget beskæftigelsesgrad, har et af de mest markante resultater af de sociale jobmesser, fra en kommunal beskæftigelsesvinkel, været, at en stor del af de langtidsledige borgere har fået større selvtillid og ny energi og motivation i jobsøgningen. Det fortæller flere af de kommunale jobcentermedarbejdere, der til dagligt møder og arbejder med borgerne. Ifølge medarbejderne, bl.a. dem der stod for de kollektive forberedelsesforløb, har mange af de borgere, der har været meget længe i systemet haft stor gavn af at deltage i projektet:

”Efter messen har vi oplevet, at borgerne er helt anderledes: Nu møder de op, og de møder op med en helt anden attitude. De ser anderledes ud (pludselig har nogle af dem slips på), og de er i det hele taget mere motiverede. Efter messen var der en borger, der ringede til mig og sagde, at han gerne ville undskyldte, at han havde været så sur igennem hele forløbet, men at messen virkelig havde gjort noget godt for ham – og at han siden messen havde fået sendt 26 ansøgninger!” – Jobkonsulent i Randers

I interviews med borgere efter messerne kom det frem, at mange havde fået en helt ny tro på tingene, og én fortalte, i tråd med ovenstående citat, at han havde købt ny blazer, nye bukser og ny t-shirt til messen. Leder i Syddjurs Kommune, Anne Røjkjær, har også bemærket forandringen: ”Vi kommer til at bruge de her messer som fast del af kommunens jobcenterindsats. Jobkonsulenterne siger, at de møder kandidater, der har en helt anden tilgang efter messerne. De er nemmere at samarbejde med og mere motiverede”. Opbakning til metoden er yderligere kommet til udtryk ved, at andre borgere selv har ringet kommunen op og spurgt om de kunne komme med på næste messe. På den måde kommer det hele til at udgøre en positiv spiral, hvor metoden styrker grundlaget for et positivt samarbejde mellem – og en øget motivation hos – både jobcentermedarbejdere og ledige.”

Et større netværk blandt borgere og en mere kollektiv måde at anskue jobcenterindsatsen på

En væsentlig dimension ved messerne og den værdi de har skabt for borgerne, er de netværk og den mere eller mindre midlertidige samhørighed og fællesskabsfølelse blandt borgerne, som de kollektive forberedelsesforløb, messerne og de fælles opfølgingsmøder har medført. Mange borgere udtaler, at de fik rigtigt meget ud af mødet med andre ledige og ligesindede inden, under og efter messerne, bl.a. fordi det hjalp dem på selve messe-dagen, at de kendte nogen og kunne følges ad. Flere nævner, at det var positivt at kunne støtte hinanden og sparre med andre end sig selv og sin egen jobkonsulent. En borger fortæller: ”Vi var to, der gik rundt sammen på messen og var god backup for hinanden”, mens en anden siger: ”Jeg frygtede det værste inden forløbet, men blev faktisk positiv overrasket og fik endda en veninde på kurset op til.” En tredje borger udtalte, at han havde hjulpet en anden ung mand på messen med at snakke med en virksomhed, og at det ”gav en god følelse”. Således har mange borgere i projektet fået gode oplevelser sammen og et større netværk til både hinanden og virksomhederne, hvilket kan være med til at gøre den øgede beskæftigelse og trivsel mere bæredygtig på sigt.

”Jobmessen giver et større netværk, som jobcentret ikke kan give dig” - Borger

Styrket kendskab til og samarbejde med virksomheder

Messerne kan også være en god anledning for jobcentret til at øge kendskabet til og udvide samarbejdet med virksomhederne i og udenfor kommunen. Det at invitere virksomheder til messer gennem personlige henvendelser fra jobcentermedarbejdere kan være en god strategi i virksomhedssamarbejdet. Som den norske arbejdsmarkedsforsker Hanne Glemmestad pointerer³, sætter virksomheder nemlig ofte pris på, at jobcentre har mødt virksomhederne og kender deres forretning og arbejdskraftbehov inden de kommer til dem med henblik på at få en konkret borger ansat i virksomheden. Dette kan sommetider give et utroværdigt ‘oversalg’ af borgere, der bliver gjort mere kvalificerede end de er, eller bliver ‘solgt’ ind til nogle arbejdsopgaver, som ikke passer til virksomhedernes reelle behov. Ved at opsøge virksomhederne med interesse og nysgerrighed for deres forretning og rekrutteringsbehov frem mod en jobmesse – og med et tilbud, der også er attraktivt for virksomhederne – bliver virksomhedssamarbejdet styrket, også på længere sigt.

”Samarbejdet mellem Syddjurs og Randers giver mening, for arbejdskraften kender jo ingen kommunegrænser. I Syddjurs Kommune har vi flere tusinde borgere, der rejser ind og ud af kommunen hver dag for at gå på arbejde, og det gør det jo nødvendigt for os at samarbejde.”
– Gunnar Sørensen, Formand for Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget i Syddjurs Kommune

3. Hanne Glemmestad (red.):
”Arbejdsinkludering i socialt
arbejd. Fagbokforlaget, 2019.

ANBEFALINGER

SÅDAN AFHOLDER I SOCIALE JOBMESSER





ANBEFALINGER – SÅDAN GØR I INDEN MESSEN

Invitation af borgere

- Lav en systematisk screening og invitation af borgere på tværs af visitationsgrupper. Diversitet blandt deltagerne sikrer god dynamik og sparring, fx når ældre borgere møder unge, der er i tvivl om, hvad de skal; når borgere, der er afklaret til fleksjob pga. fysiske helbredsudfordringer mødes med ledige med sociale eller psykiske sårbarheder; eller når tidligere deltagere på sociale jobmesser deltager igen og giver gode råd videre til andre.
- Lad så vidt muligt deltagelsen på sociale jobmesser være frivilligt for borgerne. I stedet for at tvinge borgere til at deltage og true med sanktioner (hvilket der mangler dokumentation for virker over for ikke-forsikrede ledige), så stol på at den positive præsentation af tilbuddet vil være nok til at overbevise de fleste om, at det giver mening at deltage. Benyt lejligheden til at interessere jer for, hvorfor nogle borgere takker nej – og lad det blive starten på en ny plan.
- For at invitationsprocessen lykkes og får tilknyttet borgere fra mange forskellige visitationsgrupper, kræver det, at ledelsen udstikker nogle tydelige forventninger til jobcentermedarbejderne om, hvem der skal bidrage til invitationsprocessen, hvor mange borgere, der skal inviteres med fra hver enkelt visitationsgruppe, og hvordan de kan præsentere tilbuddet over for borgerne, så de forstår, hvordan de kan udnytte muligheden til deres egen fordel. Uden en tydelig forventningsafstemning og en bred organisatorisk forankring kan nogle visitationsgrupper blive forbigået og få en mangelfuld information om tilbuddet.

Rekruttering af virksomheder

- Igangsat en systematisk og intensiv rekruttering af virksomheder i de sidste måneder op til messen. I og med at virksomheder skal have reelle jobåbninger med, kan rekrutteringen tidligst igangsættes et par måneder inden messen. Udvælg hvilke virksomheder, der vil være relevante for den inviterede gruppe af borgere, fortæl virksomhederne hvad messerne drejer sig om og stå fast på, at deres deltagelse først og fremmest skal bunde i et reelt behov for arbejdskraft, samtidig med at de kan have et ønske om at tage et socialt ansvar.
- Opfordre virksomheder til at stille med 2 medarbejdere – fx én med beslutningskraft ift. ansættelser og en med konkrete erfaringer med de arbejdsopgaver, som der søges kandidater til at løse. Når virksomhederne er to afsted har de bedre muligheder for at tale med flere kandidater, de kan sparre med hinanden om de kandidater de møder, og risikoen for at en virksomhed bliver nødt til at melde afbud mindskes.
- For at undgå afbud og udeblivelser kan der yderligere sendes en påmindelse til virksomhederne en dag eller to i forvejen om, at den pågældende messe afholdes.
- Billed- og videomateriale fra tidligere messer – med udsagn fra ledige og arbejdsgivere – kan med fordel bruges til at rekruttere virksomheder og borgere. Når der har været afholdt en række sociale jobmesser vil der på sigt blive større mulighed for, at virksomheder selv kan melde sig til messer pba. gode erfaringer.
- Når virksomheder har sagt ja til at deltage, kan de med fordel udfylde en simpel skabelon med korte beskrivelser af virksomheden og de stillinger og opgavetyper, som de har brug for at få løst. Dette kan så gives videre til borgerne, som kan bruge det i deres forberedelse.

Praktiske forberedelser

- Sørg for at de logistiske og praktiske ting er i orden – udarbejd drejebog, print materialer, navneskilte mv., sørg for forplejning, planlæg facilitering, opstil borde, etc.
- Arranger fælles transport til og fra messen, hvis messen afholdes langt fra borgernes bopæl, uden for centrum i byen og med dårlige forbindelser med offentlig transport. Saml borgere op på 2-3 udvalgte pick-up steder.

ANBEFALINGER – SÅDAN GØR I INDEN MESSEN

Kollektive forberedelsesforløb

En af de væsentligste opgaver forud for de sociale jobmesser, er afholdelsen kollektive forberedelsesforløb for alle de borgere, der deltager på messen. Formålet med disse forløb er at motivere borgerne, forberede dem på mødet med virksomhederne, udvikle deres kommunikations- og selvforståelseskompetencer, samt at lade dem skabe nye netværk og sparre med hinanden om samtale- og præsentationsteknikker, karriereønsker, forberedelser til mødet med enkelte konkrete virksomheder, fremlægge eventuelle barrierer og støttebehov ift. beskæftigelse, mm. (se eksempler på indhold fra forberedelsesforløbene i Randers og Syddjurs Kommune nedenfor). I spørgeskemaundersøgelsen efter messerne vurderede borgerne næsten værdien af forberedelsesforløbene ligeså højt som selve messerne. Det understreger, at forberedelsesforløb over for denne målgruppe er en central del af metoden, og at messerne ikke kan stå alene.

Forberedelsesforløbene bør afholdes i mindre hold à 10-12 borgere – igen så vidt muligt sammensat på tværs af alder, køn, etnicitet og visitationsgrupper. På baggrund af erfaringerne fra projektet, kan det anbefales, at borgerne mødes 2-3 gange af ca. 2 timer pr. gang. Det er vigtigt at gøre forløbene relativt komprimerede af hensyn til energien i gruppen, fremmødet pr. gang, borgernes oplevelse af, at deltagelse giver mening, og at der ikke er for meget spildtid – og også af hensyn til medarbejdernes ressourceforbrug. I forlængelse af dette, kan det overvejes, om nogle aktiviteter skal være valgfrie for de borgere, der har behovet, fx hjælp til udarbejdelse af CV, som Randers Kommune gjorde til et valgfrit modul i deres forberedelsesforløb. Endelig er det vigtigt, at det er den/de samme medarbejdere, der afholder alle 2-3 sessioner – og gerne står for flere af de andre grupper også, så læring fra én gruppe kommer andre grupper til gavn.

Eksempler på hvad et forberedelsesforløb kan indeholde:

- Lære hinanden at kende i grupperne gennem præsentationer og småøvelser som fx at få alle til at beskrive "hvad er mit skjulte talent?" eller "hvad plejer jeg ikke at fortælle om mig selv?".
- Redskaber til og træning i elevatortale, selvsikker fremtoning og præsentation af sig selv (individuel, i makkerpar og/eller foran hele gruppen).
- Vejledning til at få øje på egne kompetencer og kvalifikationer samt udarbejdelse af CV (valgfrit)
- Sikre afklaring af hvilke typer jobs og brancher, borgerne er interesseret i og vil gå efter.
- Sikre afklaring hos hver enkelt borger ift. antallet af timer, de kan arbejde om ugen, dato for mulig opstart i nyt job og eventuelle behov for støtte eller fleksibilitet fra arbejdsgivers side.
- Gennemgang af virksomheder, der deltager på messen (forskellige jobs, opgaver, brancher, etc.)
- Borgere laver hver deres 'top 5' over de mest interessante virksomheder forud for messen (på baggrund af de lister, der løbende uddeles med oversigt over tilmeldte virksomheder på messen) – og forbereder sig ekstra godt til mødet med netop dem. Det giver ro og afklaring for borgerne – og vækker opsigt hos virksomhederne, som på begge messer fortalte, at de var meget imponerede over, hvor forberedte mange af borgerne var på samtalen med dem.
- Præsentationer fra virksomhedskonsulenter eller enkelte virksomheder ift. hvad der lægges vægt på i møder og jobsamtaler fra et arbejdsgiverperspektiv.
- Oplæg og gode råd fra nogle af de borgere, der har været med på tidligere messer.
- Huskeliste til messen – hvad skal jeg have med til og fra messen?
- Brug af konkrete redskaber/øvelser (tilpasset gruppen af borgere), som for eksempel: Ressourceblomsten, 24 styrker, Kompetence-CV, tips og tricks til det gode CV, profilkort, tips og tricks til at gå på jobmesse, etc.

Sådan sagde nogle af borgerne om forberedelsesforløbene:

"Fedt at møde de andre deltagere, så man kunne danne netværk og havde mødtes inden dagen; især hvis man har grænser, man skal overskride."

"Det var godt at øve elevatortalen, men på messen var det egentlig mere en almindelig samtale, hvor jeg skulle høre om virksomhederne. Så det blev en anden præsentation"

"Rart at kunne sparre med hinanden inden messen, så man finder ud af hvor man er 'skarp' (...) og kan genkende nogle på dagen"

"Rart ikke at være den eneste der er ledig - vi kan hjælpe hinanden."

ANBEFALINGER UNDER MESSEN

Rammer for messen

- Afhold, om muligt, messen i ikke-kommunale og ukonventionelle rammer, der skaber en god og afslappet stemning og indbyder til uformel dialog. Ree Park Safari og Randers Kunstmuseum, som dannede rammer om de to jobmesser i projektet blev værdsat af både borgere og medarbejdere og var med til at løfte stemningen. Det tager toppen af nervøsiteten, når busserne sætter deltagerne af ved kamelerne fra morgenstunden.
- Afhold selve messen, hvor borgere og virksomheder møder hinanden over ca. 2 timer. Dette er nok til, at alle får mulighed for at tale med hinanden uden at luften går ud af ballonen, uden nogle borgere bliver for trætte og i forhold til at udnytte virksomhedernes tid bedst muligt.
- Server lidt vand, kaffe og frugt undervejs, men gem en eventuel servering af frokost til afslutningen på messen, så det ikke punkterer energien (lav fx goodie-bags på vej ud ad døren).
- Placér virksomheder i lokalerne, så de blandes efter geografi, brancher og popularitet. Dette giver et godt flow af borgere i alle lokaler. Placér eventuelt nogle af de mest populære virksomheder i de bagerste rum/dele af lokalet. Bevidste placeringer sandsynliggør at borgerne får øje på andre typer virksomheder og jobtyper, end dem de umiddelbart var interesseret i.
- Lav tydelig visuel oversigt over virksomhedernes placering ved messens indgang - og opsæt skilte i hvert rum med oversigt over virksomhedernes navn og adresse, fx som prikker på et kort.
- Få rekrutteringskonsulenter til at medbringe aktuelle stillingsopslag (hos virksomheder, der ikke er på messen), og læg dem på et bord for sig. Tilbyd sparring, når borgerne bladrer opslagene i gennem. For nogle borgere kan dette fungere som en fin og produktiv pause fra mødet med virksomhederne; og nogle kan så have brug for hjælp til at genoptage dialogen igen.

Når messen starter

- Byd velkommen og sæt rammen for dagen (bl.a. ved at opfordre til at lande aftaler *på dagen* og få opfølgende samtaler i kalenderen med det samme), men lad ellers messen og samtalerne mellem deltagerne få lov at udfolde sig uden afbrydelser fra centralt hold.
- Facilitér en kort 30-45 minutters networking-session blandt virksomhederne *inden* borgerne kommer ind ad døren. Lad virksomhederne hilse på hinanden, diskutere eventuelle samarbejdsmuligheder og udveksle erfaringer om at ansætte ledige fra kanten af arbejdsmarkedet (og med tiden gennem sociale jobmesser).
- Hjælp borgere under messen med at opsøge relevante virksomheder – støt og motiver dem, der lader til at være gået i stå eller i tvivl om, hvem de skal tale med. For eksempel kan de, der har fundet sig til rette ved kaffekanderne, med fordel hjælpes tilbage i selve messelokalet igen. Det kan med fordel være de medarbejdere, der har afholdt forberedelsesforløbene, og som derfor kender borgerne, der har denne rolle.
- Stå klar med vejledning til borgere og virksomheder, der har spørgsmål omkring løntilskud eller skal have oprettet en virksomhedspraktik i VITAS (dette gøres med det samme på messen).
- Til messer i større skala kan borgerne med fordel inviteres ind i to runder, så alle ikke kommer samtidig. På den måde undgår man, at borgere står lang tid i kø og virksomheder føler sig presset til at afbryde dialogen hurtigere end ønsket, samt at lyd- og aktivitetsniveauet bliver så højt, at det udgør en barriere for nogle borgere i målgruppen, fx borgere med psykisk sårbarhed.



ANBEFALINGER EFTER MESSEN

Følg tæt og systematisk op med alle borgere efter messen:

- Tilbyd assistance til forventningsafstemning mellem de borgere og virksomheder, der har indgået aftale om ansættelse som følge af messen - fx ift. afklaring af eventuelle støtte- og skånebehov eller ift. muligheder for gradvis optræning til flere lønnede timer.
- For dem der har indgået aftale om virksomhedspraktik, skal der ligeledes følges tæt op efter messen, så der laves en klar forventningsafstemning inden praktikstart ift. praktikens varighed, antal arbejdstimer om ugen, forventede opgaver, forventninger til (eller betingelser for) gradvis overgang til ordinære timer, evt. støtte og skånebehov, mm. Vi ser alt for ofte, at der i praktik- og ansættelsesforløb af sårbare og langtidsledige borgere arbejdes efter en såkaldt 'place-pray'-logik, hvor man som jobcenter ser en borger starte i job eller praktik og så ellers slipper kontakten og krydser fingre for at det går godt. Meget ofte vil der hurtigt inde i forløbet opstå behov for støtte til den nyansatte (arbejds-mæssigt eller privat) eller for mægling mellem ansat og arbejdsgiver. Det er således vigtigt at følge op med borgeren både før, under og efter praktikforløb (og så vidt muligt yde den nødvendige støtte til borgeren undervejs)⁴.
- Hvad angår dem, der hverken landede et job eller en virksomhedspraktik, skal den fornyede motivation, som mange borgere viste sig at have efter messerne, bruges til at lægge en ny plan.
- Udover opfølgningen med den enkelte, skal der også gennemføres kollektive opfølgingsmøder for alle borgere, der deltog på messen (i grupper fra forberedelsesforløbene). Og der kan eventuelt oprettes facebook-grupper, mailinglister el.lign., der gør det muligt for borgerne at fortsætte netværket efter forløbet (dette var et konkret ønske hos flere i projektet).
- Konkrete punkter til opfølgingsmødet:
 - Hvad har borgerne fået med fra jobmessen?
 - Skal de have hjælp til at følge op på tilbuddene eller kontakterne?
 - Hvad er der af konkrete muligheder at arbejde videre på?
 - Hvad har de lært omkring sig selv?
 - Hvad har de lært omkring virksomhederne og arbejdsmarkedet?
 - Har de feedback eller anbefalinger til afholdelsen af fremtidige messer?

Øvrige opgaver efter messen

- Foretag ny screening af borgere med henblik på ny indsats i jobcentret: For hvem blev messen det positive vendepunkt, der skulle til, for at borgeren sandsynligvis selv vil komme i job – og for hvem viste messen, at mødet med de potentielle arbejdsgivere var så udfordrende, at der er behov for en langt mere håndholdt og helhedsorienteret (social- og) beskæftigelsesindsats.
- Følg systematisk op med alle virksomheder efter messen: Bidrag til forventningsafstemning (jf. beskrivelser ovenfor), hjælp evt. med at formidle kontakt til de borgere fra messen, som virksomhederne ikke fik oplysningerne på, spørg nysgerrigt ind til hvorfor nogle virksomheder ikke ansatte nogen på messen, og benyt lejligheden til at drøfte eventuelle nye rekrutteringsbehov. Send også kontaktinfo på de andre virksomheder, så de kan fortsætte dialogen indbyrdes
- Foretag intern evaluering af messens forløb og resultater, identificer behov for justeringer og påbegynd planlægning af næste jobmesse

Citat fra en af de jobkonsulenter, der havde ansvar for forberedelsesforløbene og opfølgingsmøder i Randers

"Opfølgingsmøderne er ikke kun vigtige for at gøre messerne bedre næste gang, men fordi det giver noget meget værdifuldt til borgerne, at de sammen snakker om deres oplevelser på forberedelsesforløbene og messerne, hvad de hver især har fået ud af det, og hvad de vil gøre fremadrettet ift. deres jobsituation. De bliver motiverede og sætter gang i hinanden ved at høre om hinandens bekymringer, succeser og ideer. Og vi har selvfølgelig også sørget for at give dem den allersidste peptalk, så de er helt med på, at det er deres liv det handler om, og at det skal de sgu tage alvorligt" – Jobkonsulent, Randers

4. Læs mere om *supported employment* og de såkaldte 'train-place', 'place-train' og 'place-pray' tilgange i beskæftigelsesindsatsen i: Hanne Glemmestad (red.), "Arbejdsinkludering i socialt arbejde", Fagbokforlaget, 2019.

IMPLEMENTERING

BUSINESS CASE, UDFORDRINGER OG PLANER
FOR FORANKRING



BUSINESS CASE

1 jobmesse for 200 ledige: - 300.000 kr.
1,5 borgere i fuldtidsjob: + 300.000 kr.
Succesrate for break even: 0,75%

Kan sociale jobmesser betale sig?

Det er selvsagt relevant at undersøge, om udgifterne forbundet med brugen af sociale jobmesser i beskæftigelsesindsatsen kan stå mål med de sandsynlige effekter. Baseret på de to jobmesser i Randers og Syddjurs Kommune kan det konkluderes, at omkostningerne ved denne metode er relativt små sammenholdt med de kommunaløkonomiske omkostninger forbundet med offentlig forsørgelse og de negative afledte effekter af langtidsledighed, som man ofte ser (fx skam og social isolation samt øget risiko for misbrug, depression og selvmord⁵).

Omkostningerne ved afholdelsen af sociale jobmesser

Skønnet ved projektets start var, at en jobmesse for ca. 200 ledige ville koste i alt ca. 250.000-300.000 kr. hvoraf 137.500 kr. ville udgøres af omkostninger til lokaleleje, forplejning, transport og materialer, mens de resterende 112.500-162.500 kr. ville gå til lønudgifter (baseret på en kommunal timepris pr. medarbejder à 400 kr. i timen).

I tilbageblik kan vi se, at de to forsøgsmesser i projektet – for i alt 230 fremmødte borgere og 77 virksomheder (antallet af tilmeldte borgere og virksomheder var langt større) – kun har kostet ca. 80.000 kr. i følgeomkostninger. Hvad angår estimatet for medarbejderressourcer, så er kommunernes vurdering, at estimatet ligger meget tæt på det reelle ressourceforbrug. Begge kommuner skønner for eksempel, at de har brugt omtrent de 160 timer pr. kommune, der var afsat til rekruttering af virksomheder til messe 2. Der kan til gengæld være tale om et lille merforbrug ift. rekruttering af borgere, afholdelse af forberedelsesforløb og praktisk planlægning af messe 2, hvor der var sat 240 timer af i alt pr. kommune. Nogle af disse opgaver ligger meget tæt op ad jobcentrets kerneopgave, hvorfor det i nogle tilfælde kan være svært at differentiere mellem opgaver ift. messerne og opgaver i den ordinære indsats (fx hvad angår individuelle samtaler med borgerne). Merforbruget kan desuden hænge sammen med, at der blev rekrutteret flere borgere til forberedelsesforløbene og messerne (og desuden også flere virksomheder) end først planlagt. Samlet set vurderes merforbruget derfor at være begrænset ift. det oprindelige estimat. Randers Kommune peger også på, at der har været for mange medarbejdere inde over planlægningen og afholdelsen af messerne i projektet, hvorfor der måske kan opnås en større effektivitet, hvis opgaverne placeres hos færre medarbejdere.

Hvis tallet sættes højt, udgør **den samlede udgift for afholdelsen af en social jobmesse for ca. 200 ledige i alt 300.000 kr.** ekstra ift. den ordinære indsats. Det skal siges, at der i projektet har været andre udgifter forbundet med udvikling af metoden, men set fra et driftsperspektiv – fx for Randers og Syddjurs Kommune i de kommende år – er det estimerede udgiftsniveau på 300.000 kr. uden tvivl realistisk og måske også sat for højt.

Samfundsøkonomisk potentiale ved metoden

Med udgangspunkt i ovenstående udgiftsniveau bliver det tydeligt, at der skal meget beskedne resultater til for at udgifterne er tjent hjem igen i form af besparelser til offentlig forsørgelse og skatteindtægter fra lønindkomst. Både beskæftigelsesministeriet og Arbejderbevægelsens Erhvervsråd har tidligere beregnet, at kommune og stat sparer 200.000 kr. årligt hver gang en kontanthjælpsmodtager kommer i arbejde⁶. Dertil kommer kommunernes udgift til den ordinære beskæftigelsesindsats over for ikke-forsikrede ledige, som, ifølge tal fra CASA, hvert år gennemsnitligt koster kommunerne 21.300 kr. pr borger i beskæftigelsesrettet aktivering⁷.

Hvis bare 1,5 ud af de 200 ledige borgere, der deltager på en social jobmesse, kommer i fuldtidsarbejde og fastholder jobbet i 12 måneder (dvs. gennemsnitligt ét år længere end ved en ordinær indsats), så er udgifterne til messen tjent hjem. Det at 27 ud af 230 borgere kom i fuldtidsjob som følge af messerne i dette projekt (som bare ét resultat), vidner om, at de samfundsøkonomiske (og selvfølgelig også menneskelige) gevinster ved brugen af denne metode med stor sandsynlighed vil være betydelige. Der vil blive fulgt op på effekterne (både de direkte og afledte) ift. job og uddannelse knap et år efter afholdelsen af sidste messe for at få en indikation af fastholdelsesgraden og de økonomiske gevinster på længere sigt.

5. Læs mere og find referencer her: "Langtidsledige tager teten – personlige, borgerstyrede budgetter i beskæftigelsesindsatsen over for langtidsledige kontanthjælpsmodtagere". Socialt Udviklingscenter SUS, 2018, s. 42.
6. Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, 2012: <https://www.ae.dk/analyser/flere-paa-permanent-kontanthjaelp-koster-statskassen-milliarder>
7. CASA- Center for Alternativ Samfundsanalyse: De kommunaløkonomiske virkninger af at iværksætte et mikrolånsprojekt for kontanthjælpsmodtagere og førtidspensionister. 2012.



UDFORDRINGER VED AFHOLDELSE AF SOCIALE JOBMESSER

Der har været en række udfordringer ved afholdelsen af de sociale jobmesser, som er væsentlige at nævne her, så andre kommuner, der måtte være interesseret i at arbejde med sociale jobmesser, kan tage højde for dem og tænke dem ind i deres forberedelser.

- Mange borgere møder ikke op til messen (op mod 30%). Nogle skal derfor enten motiveres bedre op til messen, påmindes om messen dagen inden, have en aftalt makker at følges med, el. lign.
- Mange borgere har svært ved at indgå i arrangementer med så mange mennesker, fx pga. social angst. Dette kræver god forberedelse op til messen, god støtte på dagen, og at der tages stilling til, hvor mange deltagere, der skal være i gang på messen ad gangen. Med de rigtige rammer og god mulighed for støtte undervejs, kan det dog blive en rigtig positiv og styrkende oplevelse for alle.
- Nogle borgere har svært ved at stå tæt op ad hinanden ved borde med for lidt afstand imellem, pga. støjniveau, sensitive emner mm. Derfor er det vigtigt at finde en lokation, der er stor nok til at borde og deltagere spredes ud, ligesom det for mange også kan være godt, at der er et lokale at trække sig tilbage i og holde pause.
- Mange virksomheder melder afbud eller møder ikke op til messen (også op mod 30%). Derfor skal virksomhederne have føle sig forpligtet inden, have en reminder dagen inden, og opfordres til at tage 2 afsted fra hver virksomhed, så der er en backup i tilfælde af sygdom/afbud.
- Det er en udfordring kun at rekruttere virksomheder med ledige jobs til messer, der foregår på en bestemt dato. Det kan være svært at rekruttere virksomhederne i god tid (fordi de ledige stillinger risikerer at blive afsat inden messen), men ved store messer kan man heller ikke nå det, hvis man venter til de sidste få uger inden messen med at starte rekruttering. Derfor vil det være meget svært helt at undgå at få virksomheder uden konkrete jobs med. I de tilfælde er det afgørende, at de er åbne for måske at kunne ansætte alligevel, hvis den rette kandidat byder sig.
- Rekrutteringen af virksomheder tæt op til messedatoen betyder, at det kan være svært at give borgerne en komplet liste over deltagende virksomheder, som de kan (og i høj grad ønsker at kunne!) begynde at forberede sig på mødet med dem. Den bedste løsning er at sende opdaterede virksomhedslistor ud til borgerne løbende.
- Det kan være svært at komme udenom brugen af CV'er, selvom metoden lægger op til, at det er det mellem menneskelige møde, der skal være i fokus uagtet de formelle kvalifikationer. Når CV'er bruges på messen, skal alle borgere have tilbud om hjælp til udarbejdelse af et CV, de er tilfredse med og kan bruge. Skriftlige ansøgninger, som er en barriere for mange borgere i målgruppen, er til gengæld i vid udstrækning taget ud af ligningen i sammenligning med klassisk rekruttering.
- Det kan være vanskeligt at få virksomhederne til at ansætte *på dagen*. Mange foretrækker at afholde opfølgende individuelle samtaler efterfølgende eller at starte med praktik i første omgang. Dette understreger behovet for, at virksomheder og borgere sætter samtaler/møder i kalenderen allerede *på* messen samt at sikre tæt opfølgning med både borgere og virksomheder efter messen! Uanset virksomhedernes positive indstilling ift. messerne skal der en tæt opfølgning til for at sikre, at virksomhedernes engagement forud for messen omsættes til konkrete ansættelser efter messen.
- Der vil være virksomheder, der ikke kan tage imod CV'er på messen på grund af GDPR. Derfor skal jobcentret fx kunne udlevere navne og kontaktoplysninger på bestemte borgere efter messen, hvis en virksomhed ringer. Eller borgere skal muligvis assisteres i at eftersende CV til virksomheden via online portaler, etc.
- Det er svært at undgå kø ved nogle virksomheder, når man ikke kan booke tider med virksomhederne i forvejen. Det kan være en idé at invitere borgere ind i to hold – med fx en times mellemrum for at undgå køerne.

IMPLEMENTERING PLANER OG PERSPEKTIVER

Både Randers og Syddjurs kommune anser projektet som værende en succes og vil derfor fortsætte med at bruge sociale jobmesser i beskæftigelsesindsatsen over for langtidsledige på kontanthjælpslignende ydelser efter projektets afslutning.

Syddjurs Kommune har som resultat af dette projekt gjort messer til et strategisk indsatsområde fra år 2020 og har besluttet at holde mindst 3 messer om året (med forbehold for lokalpolitiske beslutninger).

”Jeg vil betegne projektet her som en succes, fordi vi i Syddjurs fik anledning til at prøve kræfter med messekonceptet, hvilket har givet mod på meget mere. Vi ser, at nogle af vores svage og udsatte borgere er blevet løftet i job. Dem, der ikke er kommet i job, har rent faktisk fået en oplevelse af, at de har muligheder for at komme ind på arbejdsmarkedet. Det er godt, at vi har fået en drejebog og en opskrift til at gøre det igen.” – Anne Røjkjær, Afdelingsleder i Job og Competence, Syddjurs Kommune.

Den ene af messerne skal dedikeres til sårbare og udsatte ledige, mens de to andre vil være bredere i målgruppesigtet. De kan således godt være åbne for nogle af de sårbare borgere, selvom der også er andre med kortere ledighed, der deltager. I det tilfælde vil kun de sårbare og langtidsledige borgere blive tilbudt et forberedelsesforløb inden messen. Messerne vil sandsynligvis blive lidt mindre i skala ift. messe 2 i projektet. Syddjurs Kommune vil have fokus på fire ting i implementeringen af sociale jobmesser:

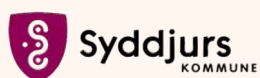
1. At være endnu dygtigere til at formidle formål med messen ift. behov for arbejdskraft, herunder mulighederne for at udvikle behov for fx småjobs. Desuden en evne til at forventningsafstemme med virksomhederne om de potentialer en messe giver ift. socialt ansvar, herunder rummelighed over for kandidater.
2. At sikre et kompetencematch mellem de behov virksomhederne har, og de borgere der inviteres med, fx ved at tematisere mere ud fra geografi, brancher eller jobfunktioner.
3. At holde fast i at blande borgere (ud fra visitationsgrupper), så de kan støtte hinanden på tværs.
4. At sikre bedre og tættere opfølgning med borgere og virksomheder efter messerne, så de åbninger, der skabes på jobmesserne følges til dørs – og så fx praktikforløb følges tæt med henblik på at sikre (gradvis) overgang til ordinære timer.

Randers Kommune vil også fortsætte med at afholde sociale jobmesser efter projektets afslutning. De messer Randers Kommune vil afholde hvert år vil dog formentlig være i lidt mindre skala. Formålet med at nedskalere messerne en smule er at gøre det nemmere at målrette dem til bestemte målgrupper eller bestemte typer af virksomheder, end hvis man afholder messer for mere end 200 borgere. I forhold til ønsket om at kunne målrette messerne noget bedre, har projektet vist, at det ikke altid er til at vide på forhånd, hvem der vil profitere af messerne. Selvom deres vej tilbage til arbejdsmarkedet kan virke lang og udfordrende, så har forsøgsmesserne i projektet givet nogle klare indikationer på, at metoden i høj grad kommer de mere sårbare og langtidsledige borgere til gavn, hvorfor det vil være relevant at fortsætte brugen af metoden over for netop de grupper af borgere:

”Der tegner sig et billede af, at messen har givet det ”sociale udbytte”, som var, hvad vi ønskede. At det rent faktisk handlede om ”sociale jobmatch” med ledige længst fra arbejdsmarkedet. Jeg konkluderer dette, fordi billedet viser, at vores jobparate kontanthjælpsmodtagere var den målgruppe, som fik mindst ud af Messe 2. Og særligt de unge (langtidsledige og ikke-uddannelsesparate) fik rigtig meget ud af det” fortæller Tine Arensbach, Afdelingsleder i Jobcenter Randers Erhverv, som fortsætter: ”Jeg tror fuldt og fast på, at vi har fat i noget rigtigt, nu hvor den faglige arbejdskraft ikke længere er lettilgængelig. Det betyder ikke, der ikke er dygtige og kompetente medarbejdere derude, det betyder i bund og grund, at vi skal ændre hvor og hvordan, vi finder frem til dem. Denne messe kan vise erhvervslivet, at der er en gevinst at hente ved at tænke alternative rekrutteringsstrategier ind, og messens popularitet bevidner, at både ledige og virksomheder ser en fordel i at finde frem til hinanden ad alternative veje.”



KONTAKT OS, HVIS DU VIL VIDE MERE.



Anne Røjkjær
amr@syddjurs.dk



Tine Arensbach
tine.arendsbach@randers.dk



Mathias Bruhn Lohmann
mbl@sus.dk



Ellen Marcussen
emarcussen@grundfos.dk

