

## Ny Chance ved målstregen

- Resultater i et målgruppe- og udslusningsperspektiv

- Nationale mål i "Ny Chance"

- Benchmarking via dreamkørsler

- Mål på grundlag af firepartsaftalen

- Minimum 25 pct. passive i gang
- Minimum 15 pct. selvforsørgede
- Minimum 40 pct. af tiden i aktivitet

- Øget andel arbejdsmarkedsparete
- Bedre effekt end sammenlignelige kommuner

- Brug og effekt af jobpakker
- Brug af kompetenceafklaring og kompetencekortet
- Brug af mentorordning

## Dæmpet nedgang i antal offentligt forsørgede indvandrere - Resultater i et målgruppe- og udslningsperspektiv

- Metodekommuner tæt på både benchmarking kommuner og landsgennemsnit ift opfyldelsen af Ny Chance mål i indsatsens slutperiode.
- Store forskelle på rammebetingelser i Top 10 kommuner og i metodekommuner.

- Ikke markante udsving i antal offentligt forsørgede indvandrere og generelt dæmpet nedgangstempo.
- Svag tendens til voksende andel sygedagpengemodtagere og opbremsning i dagpengemodtageres beskæftigelsesudvikling.
- Den dæmpede udvikling sandsynligvis udtryk for den generelle afmatning i vintermånederne og måske begyndende nedgangstegn.

## Jobpakker i pagt med lokale behov

- Resultater i et målgruppe- og udslusningsperspektiv

- **Fortsat stigning i omfang af jobpakker med et samlet antal på knap 200.**
- **Bred faglig toning ud fra den lokale erhvervs- og virksomhedsstruktur og efterspørgsel – såvel som ud fra borgernes forudsætninger og behov.**
- **Andelen af nye jobpakkeområder udgør ca. 55 pct. af det samlede antal jobpakker i metodekommunerne.**
- **Udviklingen i jobpakkebrugen afspejler:**

Jobpakker skal matche i arbejdsmarkedets behov sammenholdt med borgernes forudsætninger, behov, og motivation. Jobpakkerne etableres derved i et skæringspunkt mellem:

A) Jobkonsulenternes indsigt i den lokale/regionale arbejdsmarkedsstruktur og efterspørgselsmønsteret.

B) Jobkonsulenternes indsigt i den enkelte borgers forudsætninger og behov, afdækket via den individuelle kompetenceafklaring af borgerne.

Modsvarende de 12 jobpakker ikke det lokale arbejdskraft-behov og arbejdsudbud, vendes blikket mod aktuelle flaskehalse og jobåbninger.

De 12 første jobpakker er en skabelon og metodik, der kan tones fagligt efter lokale behov.

## Kompetencekort står fortsat i skyggen

- Resultater i et målgruppe- og udslusningsperspektiv

- **Stærk polarisering i metodekommunernes brug af kompetencekortet.**
- **Flere metodekommuner praktiserer en vejledningsbaseret afklaringsmetode frem for en job- og virksomhedsbaseret afklaring.**
- **Kompetenceafklaringen er et centralt element i alle jobpakker og dermed også i VIP2 indsatsens målsætninger, metodeudvikling og metodeafprøvning.**

### Det anbefales:

- At metodekommunerne i den sidste projektperiode sætter særligt fokus på kompetenceafklaringen.
- At kompetenceafklaringen og herunder kompetencekortet bliver et fælles metodisk tema på et styregruppemøde eller et bredere temamøde.
- At både positive og mindre positive metodeerfaringer fra VIP2 indsatsen og firepartsværktøjerne bliver beskrevet til gavn for en bredere kreds af jobcentre.

## Håndholdt indsats også et virksomhedsbehov

### Resultater i et metodeperspektiv

- Det "det gode match" er afhængigt af, at både ledige og virksomheder bliver klædt på til rekrutterings- og fastholdelsesopgaven.
- Det er nødvendigt at indtænke virksomhedsinterne forhold som forhold såsom ledelsesformer, arbejdsorganisering, oplæringsformer, rekrutteringspraksis, kompetencekrav og ikke mindst arbejdspladskultur.
- Jobpakkerne integrerer og effektiviserer jobcentrenes samlede indsats over for udbudssiden og efterspørgselssiden.
- Virksomhederne udviser socialt engagement og samfundsansvar ift nydanske borgere og andre udsatte målgrupper ved at medvirke i jobpakker.
- Men virksomhederne gavner samtidig bundlinien ved at deltage i planlægningen af en opkvalificering, der er målrettet deres egne medarbejder- og kompetencebehov.

# Fra udbudsperspektiv til efterspørgselsperspektiv

## Et paradigmeskifte i beskæftigelses- og integrationsindsatsen

### Udbuds- og velfærdsperspektiv

- Fokus på svage og udsatte målgruppers barrierer og kvalificeringsbehov ud fra et mangelperspektiv.
- Fokus på ensidig tilpasning gennem rummeligheds- og integrationsstrategier.
- Fokus på rekruttering.
- Fokus på særforanstaltninger som kompensatoriske behov.
- Rummelighed som velfærdsindsats
- Plads til alle.



### Efterspørgsels- og konkurrenceperspektiv

- Fokus på virksomhedernes barrierer og kvalificeringsbehov ud fra et kompetence- og mangfoldighedsperspektiv.
- Fokus på gensidig tilpasning gennem interkulturel kompetence.
- Fokus på fastholdelse.
- Fokus på særforanstaltninger som individuelle kvalificeringsbehov.
- Mangfoldighed som konkurrencefremmende indsats.
- Brug for alle.

## Kontinuitet og dialog er kernepunkter i virksomhedskontakten - Resultater i et metodeperspektiv

### Tvetydig status på jobpakkeforløb

- På den ene side stadig tvivl om jobpakkernes nyhedsværdi. Jobpakkerne kaldes "gammel vin på nye flasker", svarende til de velkendte kombinationsforløb.
- På den anden side ses jobpakkerne som et fornyende koncept, som er væsensforskelligt fra tidligere kombinationsforløb.

### Både "idealtypiske" og "pragmatiske" jobpakkeforløb i VIP2 indsatsen.

- Nyhedsværdien knytter sig ikke til elementerne i jobpakkeforløbene.
- Nyhedsværdien knytter sig til strukturen og samarbejdet i jobpakkeforløbene.
- I det "idealtypiske" forløb skabes et kontinuerligt samarbejde mellem jobkonsulent, borger, virksomhed og uddannelsesaktører med en løbende fælles målopfølgning.
- I det "pragmatiske" forløb er virksomhederne ikke altid med fra start.

**Både idealtypiske og pragmatiske erfaringer er vigtige for metodeudviklingen og metodeafprøvningen**

## VIP2 - opbakning uden bevågenhed og branding

### - Resultater i et organiserings- og kvalificeringsperspektiv

- Lokale Beskæftigelsesråd mellem synligt og mere symbolsk samarbejde.
  - VIP2 ses som delmængde af den samlede flygtninge-indvandrerindsats - men har ingen særlig bevågenhed og ikke særskilt brand.
  - VIP2 medarbejdere savner generelt ikke nærmere kontakt og feedback fra det politiske og strategiske niveau.
  - En medvirkende forklaring kan være den øgede efterspørgsel, som i VIP2 perioden har styrket virksomhedernes interesse for at samarbejde med jobcentrene.
- For det første har man ingen forventninger om, at rådsmedlemmerne kan fungere som brobyggere til lokale virksomheder.
  - For det andet har man ingen interesse i en udvidet kontakt til et overordnet niveau, der kan medføre øget indgriben og skærpede krav i forhold til indsatsens mål og metoder.
  - For det tredje er man skeptiske ift LBR-medlemmernes forudsætninger for at styrke virksomhedskontakten. Der går en klar skillelinie mellem de overordnede politiske opgaver og netværksdannelsen i den praktiske indsats.

## VIP2 - opbakning uden bevågenhed og branding

### - Resultater i et organiserings- og kvalificeringsperspektiv

- Skisma mellem partnerskabsgruppens forventninger til det lokale samarbejde og metodekommunernes praktiske udmøntning af samarbejdet.
- Det "symbolske" samarbejde giver risiko for manglende ejerskab og helhjertet branding i LBR og på ledelsesplan.
- Markedsføringen overlades til partnerskabsgruppen. Derved kan projektresultaterne miste den autenticitet, der ligger i kommune-til-kommune formidling.
- Det gælder især den metodiske spredningseffekt. Metodekommunerne kan være frontløbere for en metodisk nytænkning – især ift jobpakker.

- I dette perspektiv spiller det lokale samarbejde mellem politikere, ledere og praktikere en afgørende rolle i projektets slutfase.
- Selv om LBR ikke har forudsætninger for at styrke virksomhedskontakten - kan LBR-medlemmerne deltage aktivt i markedsføringen og synliggørelsen af metoderesultater.
- Det lokale samarbejde skal snarere være strategisk end praktisk.

## Lokal dialog om fremtidsperspektiver

-Resultater i et organiserings- og kvalificeringsperspektiv

### Lokalt bør man drøfte:

- Hvordan VIP2 projektets good practice erfaringer kan forankres konkret i metodekommunernes driftsorganisationer.
- Hvordan metodekommunerne kan bidrage til at videreføre den igangværende kampagne omkring jobpakkerne efter projektets ophør.
- Hvordan VIP2 erfaringerne kan nyttiggøres i et strategisk perspektiv, når kommunerne lokalt skal dimensionere og prioritere indsatsen over for både borgere og virksomheder.
- Hvordan den helhedsorienterede organisering af VIP2 indsatsen enten kan overføres som "vugge-til-grav" princip i den ordinære driftsorganisation – eller kan tilpasses til den funktionsopdelt organisering af borger- og virksomhedskontakten.

## Formidling fremmer forankring af gode erfaringer

### Resultater i et formidlingsperspektiv

- Den journalistiske storytelling i VIP2 stadig på kollisionskurs med kommunernes generelle kommunikationsstrategier. Det journalistiske nyhedskrav er ikke altid i balance med det lange tidsperspektiv i kommunernes hierarkiske og strategiske beslutningsprocesser.
- Alle metodekommuner har adgang til en professionel kommunikationsrådgivning ift håndteringen af både lokale og nationale medier. Det er en mulighed for at afprøve forskellige mediestrategier, mens de så at sige er i trygge professionelle hænder.
- Den afsluttende medieoffensiv vil kræve et fælles fodslaw mellem partnerskabsgruppen og metodekommunerne. Alle bør fremstå med ét ansigt udadtil i formidlingen af indsatsens samlede mål, resultater og læringsperspektiver for landets øvrige kommuner.
- Gennemslagskraften vil afhænge af en synlig lokal opbakning og branding fra både politisk og ledelsesmæssig side.

## Formidling fremmer forankring af gode erfaringer Resultater i et formidlingsperspektiv

### Jobpakke-kampagnen vidner om følgende formidlingsbehov:

- **At** der på det overordnede politiske niveau har manglet en klar tilkendegivelse af den strategiske rolle, som jobpakkerne er tiltænkt i beskæftigelses- og integrationsindsatsen.
- **At** der på det lokale implementerende niveau har manglet en nærmere indsigt i jobpakkernes metodiske idégrundlag.
- **At** der er brug for en organisatorisk videndeling af de praktiske erfaringer fra hidtidige jobpakkeforløb – gerne på tværs af metodekommunerne.
- **At** der er brug for en organisatorisk læring i forhold til jobpakkernes idégrundlag og "idealtypiske" form – gerne på grundlag af styregruppens fælles begrebsliggørelse og metodeudvikling og på grundlag af bredere temamøder.