INDBLIK I JOBCENTRENES VIRKSOMHEDSSERVICE
NOVEMBER 2016

KL INDBLIK

FRA MYNDIGHED TIL MATCHMAKER

INDBLIK I JOBCENTRENES VIRKSOMHEDSSERVICE

Fra myndighed til matchmaker

© KL
1. udgave, 1. oplag 2016

Produktion: Kommuneforlaget A/S
Design: e-Types
Foto: Colourbox

KL
Weidekampsgade 10
2300 København S
Tlf. 3370 3370
kl@kl.dk
www.kl.dk

Produktionsnr. 830184
ISBN 978-87-93365-52-0

INDHOLD

01/ INDLEDNING SIDE 5

02/ EN KLAR STRATEGI GIVER RETNING FOR INDSATSEN SIDE 7

03/ MØDET MED VIRKSOMHEDERNE – VEJE TIL SUCCES SIDE 11

04/ JOBCENTRET SAMARBEJDER PÅ TVÆRS I KOMMUNEN SIDE 14

05/ SAMARBEJDE MED ANDRE JOBCENTRE SIDE 17

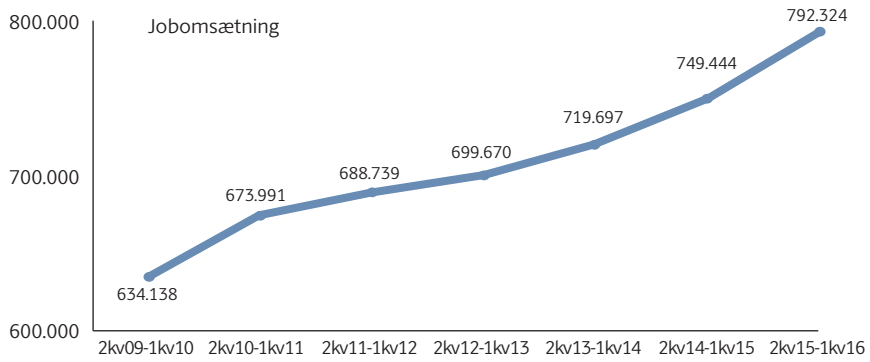
01/ INDLEDNING

Flere virksomheder melder om mangel på kvalificeret arbejdskraft. Udviklingen stiller store krav til jobcentrenes evne til at matche ledige borgere med virksomhedernes efterspørgsel. Og jobcentrene er godt i gang med omstillingen fra myndighed til matchmaker.

Der er fuld fart på det danske arbejdsmarked. Ledigheden er i bund. Beskæftigelsen er på det højeste niveau i mange år. Og jobomsætningen er steget til et niveau, der betyder, at næsten 800.000 job årligt bliver besat med en ny medarbejder. Udviklingen på arbejdsmarkedet giver muligheder for mange borgere uden job, men situationen kræver også fokus på, at virksomhederne har tilstrækkeligt kvalificeret arbejdskraft til rådighed.

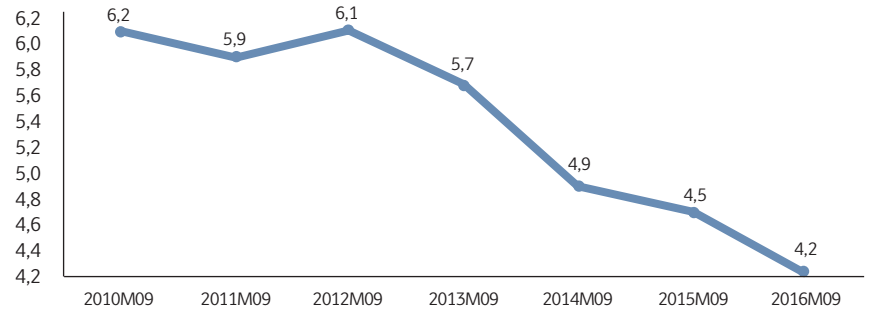
Jobcentrenes evne til at skabe match mellem de lediges kompetencer og virksomhedernes efterspørgsel er central for at afhjælpe mangel- og paradoksproblemer, der kan være en forhindring for vækst og produktivitet i danske virksomheder.

› **Figur 1 - Ledigheds- og jobindikatorer. Jobomsætning og antal personer startet i job**



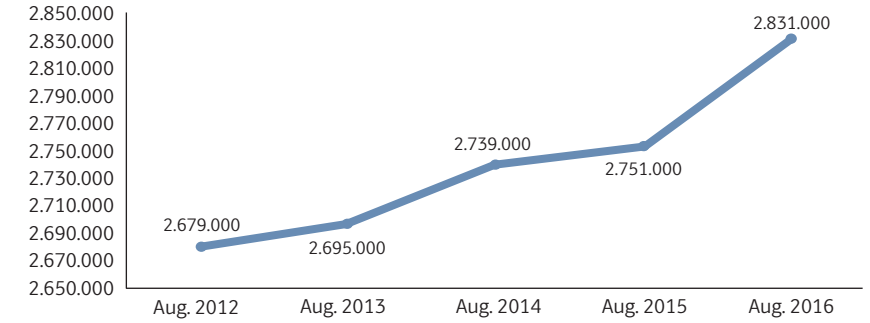
Kilde: CPR-registeret, CVR-registeret og DetailCOR
Anm.: Pga. efterregistreringer vil specielt den seneste måned, der findes data for, blive øget ved næste opdatering.

› **Fuldtidsledige (sæsonkorrigeret) efter sæsonkorrigering og faktiske tal, ydelse, køn og alder og tid**



Kilde: Danmarks Statistik

› **Figur 3. Udvikling i antal beskæftigede, 2012-16, sæsonkorrigeret**



Kilde: Danmarks Statistik

Jobcentrene imødekommer – i langt højere grad end tidligere – virksomhedernes efterspørgsel på arbejdskraft ved aktivt at opsøge virksomhederne og matche ledige borgere med virksomhedernes rekrutteringsbehov. Jobformidling er blevet en kerneopgave for jobcentrene. En kerneopgave, der kræver stor viden om de lediges kompetencer og evne til at forstå virksomhedernes kompetenceefterspørgsel.

Jobcentrene gennemfører i øjeblikket en fokuseret indsats for de mange flygtninge og familiesammenførte, der er kommet til landet inden for de seneste år. Målsætningen om bedre integration gennem større arbejdsmarkedstilknytning og etableringen af integrationsgrunduddannelsen (IGU) understreger, at jobcentrene har behov for tæt samarbejde med virksomhederne.

KL tager temperaturen på virksomhedsindsatsen
For at kunne tegne et øjebliksbillede af jobcentrenes virksomhedsindsats har KL gennemført en kortlægning, der belyser fakta om indsatsen og en afdækning af konkrete initiativer, der er i gang i jobcentrene.

Kortlægningen er gennemført i efteråret 2016. I forbindelse med kortlægningen har 79 jobcenterchefer besvaret en spørgeskemaundersøgelse om virksomhedsindsatsen, hvilket svarer til en svarprocent på 84 pct.

Denne publikation er udarbejdet med afsæt i kortlægningen og giver indblik i, hvor langt kommunerne er i omstillingen fra myndighed til matchmaker.

Kortlægningen viser, at alle jobcentre er i fuld gang med at udvikle det gode virksomhedssamarbejde, og at jobcentrene er rykket tættere på virksomhederne i de seneste år. Jobcentrene peger på, at et klart strategisk fokus på service, ansættelse af flere virksomhedskonsulenter og øget samarbejde med erhvervsservice og andre jobcentrene er centrale forudsætninger for at opnå succes med virksomhedsindsatsen.

Det positive indtryk bekræftes i en ny national undersøgelse "Virksomhedernes samarbejde med jobcentrene - og tilfredshed med jobcentrenes indsats", der gennemført af Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering i oktober 2016. Undersøgelsen viser, at virksomhederne i stigende grad indgår samarbejde med jobcentrene om rekruttering af arbejdskraft. Undersøgelsen viser også, at virksomhederne i dag er langt mere tilfredse med samarbejdet med jobcentrene. Fra 2013 til 2016 er der 10 pct. flere virksomheder, der vurderer jobcenterets hjælp til rekruttering som enten god eller meget god.

Behov for fortsat udvikling af samspillet med virksomhederne
Nogle jobcentre har allerede i dag et eksemplarisk samarbejde med virksomhederne, mens andre jobcentre ikke er i mål med professionaliseringen af virksomhedsindsatsen. Uanset afsæt er der behov for fortsat at udvikle samspillet mellem jobcentre og virksomheder.

I forbindelse med fortsat udvikling af en effektfuld virksomhedsindsats er det relevant at være opmærksom på, at:

- Virksomhederne får øget kendskab til jobcentrenes rekrutteringsservice, og at dialogen bliver til egentlige samarbejder
- Virksomhederne er åbne over for at tage både stærke og svage ledige i ordinær beskæftigelse
- Deltagelse i virksomhedsrettede tilbud udvikler sig til ansættelse på ordinære vilkår
- Jobcentre og erhvervsservice samarbejder om, at skabe flere jobåbninger til flygtninge og familiesammenførte – herunder aftaler om IGU
- Styrket overvågning af arbejdsmarkedet og etablering af viden om virksomhedernes fremtidige kompetencebehov fordelt på uddannelsesniveau, brancher og kommuner
- Etablere en it-infrastruktur, der understøtter det tværkommunale samarbejde om rekruttering af kvalificeret arbejdskraft

02/ EN KLAR STRATEGI GIVER RETNING FOR INDSATSEN

Klare servicekoncepter, flere virksomhedskonsulenter og nye organiseringer bidrager til, at jobcentrene er rykket tættere på virksomhederne. Jobcentrene sigter i øjeblikket mod at levere markant højere service til virksomhederne gennem en mere efterspørgselsorienteret tilgang. Jobcentrene er meget bevidste om, at det kræver et nyt mindset.

Kommunerne har i den grad taget rekrutteringsopgaven på sig, og alle kommuner har udarbejdet strategier, der sætter retning for udviklingen af samarbejdet med virksomhederne. Kommunernes rammevilkår, arbejdsmarkeder og interne organisering er forskellige. Og forskelligheden afspejler sig i strategierne.

Nogle kommuner har strategier, der fokuserer på eksterne aktiviteter som bedre kommunikation eller tilrettelæggelse af kampagner rettet mod virksomhederne, mens andre har fokus på opbygning af viden, kompetenceudvikling af medarbejdere i jobcenteret og samarbejde på tværs.

› **Figur 4. Hvilke målsætninger indeholder strategien for virksomhedsindsatsen? (pct.)**

Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

Klart servicekoncept er forudsætning for succes
Fælles for jobcentrenes strategier er, at de alle sigter mod, at jobcentrene leverer markant højere service til virksomhederne ud fra en langt mere efterspørgselsorienteret tilgang. Jobcentrene ønsker at signalere større åbenhed over for virksomhederne, og den opsøgende indsats er opprioriteret i stort set alle jobcentre. Jobcentrene er helt bevidste om, at dette kræver et nyt mindset hos både ledere og medarbejdere. Et mindset, hvor virksomhedernes behov for arbejdskraft er afsæt for matchet mellem virksomhed og borger.

Virksomhedsservice i Holbæk – fra politiske mål til mødet med virksomhederne

Byrådet i Holbæk afsatte i 2015 7,5 mio. kroner til udvikling og implementering af en ny fælles virksomhedsservice. Strategien for den nye virksomhedsservice indeholder fire servicepakker, der skal løfte den samlede virksomhedsindsats på tværs af kerneopgaverne inden for beskæftigelses-, uddannelses- og erhvervsområdet:

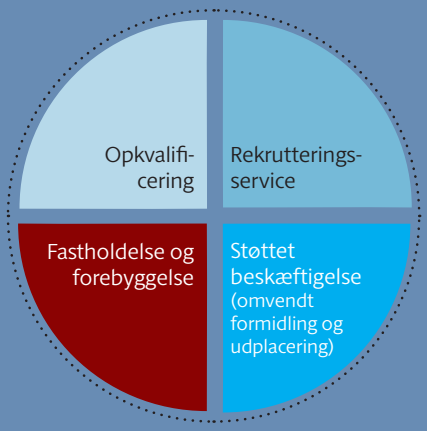
1. Rekrutteringsservice
2. Støttet beskæftigelse (omvendt formidling og udplacering)
3. Fastholdelse og forebyggelse
4. Opkvalificering

Målet med strategien og servicepakkerne er en gennemgribende omkalfatring af virksomhedsindsatsen og udvikling af en selvforståelse og kultur i jobcenteret, hvor service over for virksomhederne har første prioritet.

Kommunen arbejder derfor ud fra fem principper for virksomhedsindsatsen:

1. "Vi skal se virksomhederne som en kunde, der aftager service og borgere"
2. "Vores services og produkter ift. rekruttering, fastholdelse og opkvalificering skal altid være synlige for virksomhederne."
3. "Vi skal være i stand til at afstemme og levere den aftalte service"
4. "Vi skal være tilgængelige for virksomhederne."
5. "Vi skal være bindeled til og samarbejde med andre aktører og kommuner, når det bidrager til at løse vores kerneopgave."

VIRKSOMHEDSSERVICE I HOLBÆK



Jobcentre opgraderer indsatsen
For at opnå tættere samarbejde med virksomhederne har jobcentrene valgt at opruste kraftigt på antallet af virksomhedskonsulenter i de senere år. Virksomhedskonsulenterne er nøglepersoner i den opsøgende indsats, hvor de gennem dialog med virksomhederne afdækker de enkelte virksomheders kompetencebehov.

Samtidig har jobcentrene opkvalificeret en lang række sagsbehandlere til at varetage virksomhedskontakten, så de samlet set anvender flere ressourcer på at imødekomme virksomhedernes efterspørgsel på arbejdskraft.

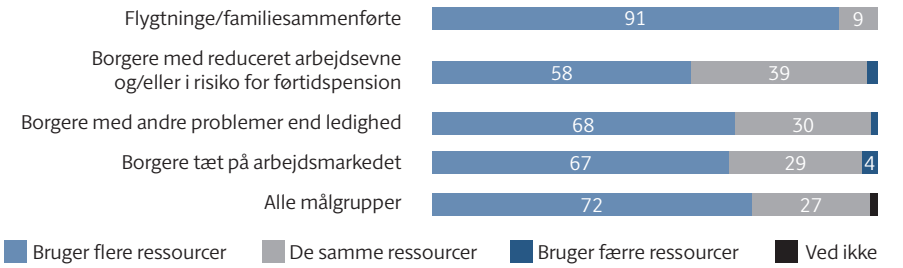
Spørgeskemaundersøgelsen viser, at 94 pct. af jobcentrene har været mere opsøgende overfor virksomhederne. Tre ud af fire jobcentre vurderer, at de har øget ressourcerne til den virksomhedsrettede indsats inden for de seneste to år. Jobcentrene anvender flere ressourcer på alle målgrupper, men jobcentrene har især fokus på at give en virksomhedsrettet indsats til de mange flygtninge og familiesammenførte, der er kommet til Danmark de seneste par år. Ni ud af 10 kommuner bruger flere ressourcer på flygtninge og familiesammenførte.

Jobcentrene organiserer sig forskelligt
Ansættelsen af flere virksomhedskonsulenter betyder, at der mange steder er opstået nye organiseringer i jobcenteret. 77 pct. af jobcentrene har ændret organiseringen af virksomhedsindsatsen inden for de seneste to år.

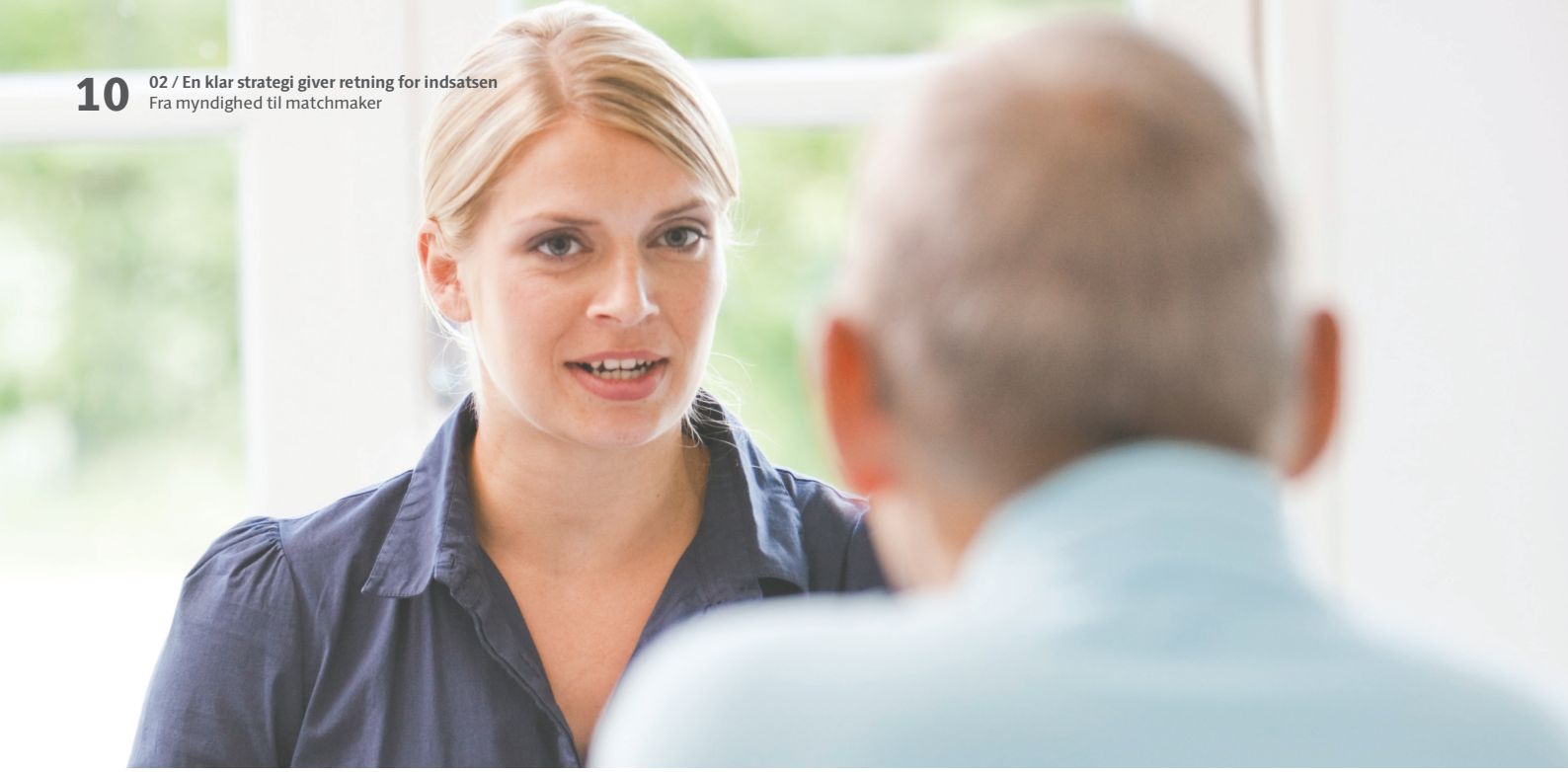
På tværs af jobcentrene findes der forskellige modeller for organisering af virksomhedsindsatsen. I nogle jobcentre har man etableret en enhed for virksomhedsservice, hvor det alene er virksomhedskonsulenter, der har kontakt til virksomhederne. Virksomhedskonsulenterne har ofte en faglig baggrund i de brancher, de servicerer. I andre jobcentre har både virksomhedskonsulenter og sagsbehandlere – der ofte er socialrådgivere – kontakt til virksomhederne.

Nogle jobcentre organiserer indsatsen efter brancher, mens andre tager afsæt i de forskellige målgrupper af ledige. Flere jobcentre arbejder desuden med virksomhedsindsatsen i forskellige projekter, fx deltager 16 jobcentre i projektet JobFirst.

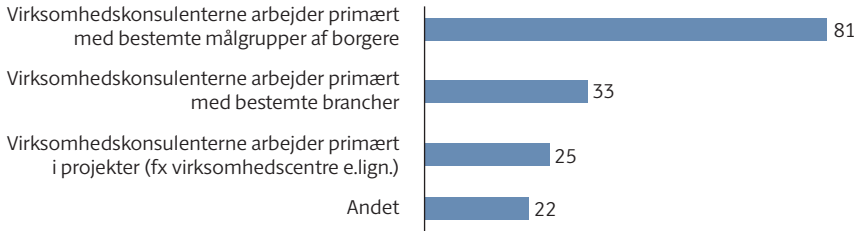
› **Figur 5. Bruger kommunen flere ressourcer på den virksomhedsrettede indsats over for forskellige målgrupper end for to år siden? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.



› **Figur 6. Hvad karakteriserer virksomhedskonsulenternes fokus? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

Den mest udbredte organisering er kendetegnet ved, at sagsbehandlere bestiller virksomhedsforløb hos en intern enhed for virksomhedsservice, der i mange tilfælde arbejder med bestemte målgrupper af borgere. Modellen kræver tæt et samspil mellem sagsbehandlere og virksomhedskonsulenter, hvori de to medarbejdergrupper er i stand til at forstå hinandens faglige afsæt ind i matchet mellem ledige og virksomhederne.

Hvert jobcenter har sin egen opskrift på succes, og konstellationerne af virksomhedskonsulenter og sagsbehandlere er utallige. Fælles for de forskellige organiseringsformer er, at jobcentrene, som en del af professionaliseringen, har udarbejdet klare beskrivelser af arbejdsgange og rollefordeling ved både jobordrer og registrering af kontakten til virksomhederne.

Kompetenceløft som strategisk mål
Som et led i transformationen fra myndighed til matchmaker har jobcentrene skarpt strategisk fokus på, at den rette kombination af kompetencer er til stede i organisationen. Det sker både gennem rekruttering af især virksomhedskonsulenter med kendskab til rekrutteringsbehov i de enkelte brancher, og gennem opkvalificering af sagsbehandlere i jobcenteret.

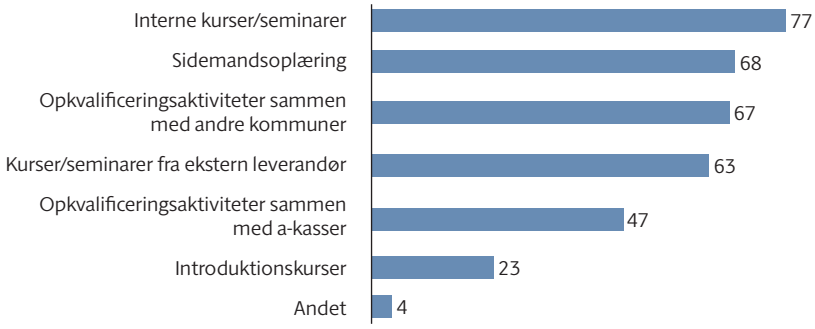
Opkvalificeringen kan fx bestå af en virksomhedskonsulentuddannelse, der giver sagsbehandlerne viden om arbejdsmarkedet og kompetencer til at udsøge virksomheder og anvende it-løsninger, der understøtter virksomhedskontakten.

Langt størstedelen af jobcentrene har gennemført kompetenceudvikling af en stor andel af de medarbejdere, der arbejder med den virksomhedsrettede indsats.

Læringsaktiviteterne har både været rettet mod virksomhedskonsulenter og jobkonsulenter. Medarbejderne i jobcentrene deltager oftest i interne kurser, sidemandsoplæring og i kurser udbudt af eksterne leverandører.

Desuden samarbejder to ud af tre kommuner med hinanden om kompetenceudvikling af medarbejderne. Samarbejdet sparer både ressourcer og giver mulighed for at danne netværk med kollegerne i nabokommunerne – et netværk, der også kan bruges i det tværkommunale samarbejde om at levere kvalificeret arbejdskraft til virksomhederne.

› **Figur 7. Hvilke kompetenceudviklingsaktiviteter har medarbejderne deltaget i inden for de sidste to år? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

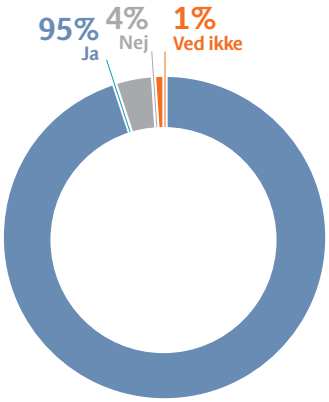
03/ MØDET MED VIRKSOMHEDERNE – VEJE TIL SUCCES

Turbo på det virksomhedsopsøgende arbejde og tæt opfølgning giver resultater i jobcentrene. Strategiske samarbejder og partnerskabsaftaler er centrale for at jobcentrene er kommet tættere på virksomhederne.

Jobcentrene er i de seneste år rykket markant tættere på virksomhederne. Det tættere samarbejde skyldes, at jobcentrene i dag er langt mere opsøgende og systematiske i kontakten vil virksomhederne.

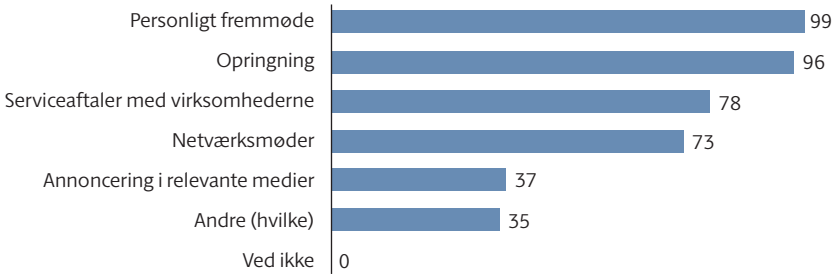
Jobcentrene gennemfører i dag langt flere udadvendte, opsøgende aktiviteter rettet mod virksomhederne. Det opsøgende arbejde sker først og fremmest ved at virksomhedskonsulenter tager på fysiske besøg i virksomhederne og gennem systematiske rundringninger til virksomhederne. Jobcentrene peger på, at en tæt opfølgning på besøg og rundringninger er en afgørende forudsætning for at etablere og opretholde et godt samarbejde med virksomhederne.

› **Figur 8. Har kommunen opnået samarbejde med flere virksomheder inden for det seneste år?**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, november 2016.

› **Figur 9. Hvilke metoder anvender jobcenteret for at komme i kontakt med virksomheder? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

Flere jobcentre gennemfører desuden kampagner, hvor de i en begrænset periode sætter ekstra fokus på fx en bestemt branche. Kampagnerne kan bestå af både besøg, afholdelse af netværksarrangementer/events, politikerbesøg på virksomhederne, annoncering af lokale medier og brug af sociale medier.

Målet med aktiviteterne er at opnå et tillidsfuldt samarbejde med virksomhederne, der kan føre til konkrete service- eller partnerskabsaftaler, der indbefatter, at jobcenteret løbende leverer arbejdskraft til virksomheden. Aftalerne kan antage mere eller mindre forpligtende karakter, men det afgørende er, at virksomhederne oplever høj service fra jobcenteret – fx ved, at de kun har én kontaktperson i jobcenteret.

Forventningsafstemning giver gode match

En af de helt centrale forudsætninger for at opnå et godt match mellem virksomhed og ledig borger er at skabe passende forventninger hos både borger og virksomhed. Jobcentrene afsætter derfor god tid til at fortælle borgerne, hvad de kan forvente af et job og hvilke forventninger, virksomheden vil stille til dem. Det kan fx ske på fælles samtaler mellem borger, sagsbehandler og virksomhedskonsulent.

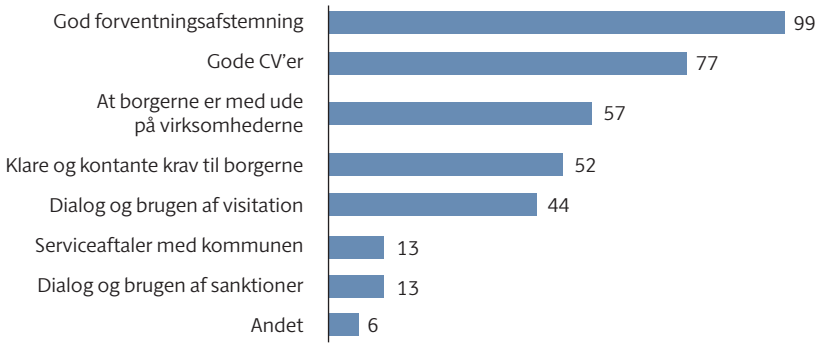
Samtidig er det afgørende, at virksomheden har en realistisk forventning til kompetencerne hos den borger, de modtager. God forventningsafstemning kan bl.a. understøttes af, at borgerne er med ude på virksomhederne, når virksomhedskonsulenter besøger virksomhederne.

Viden er nøglen til det gode match

Jobcentrene peger på, at viden om kompetencebehovet i forskellige brancher er en central forudsætning for en god indsats. Og som et led i professionaliseringen af virksomhedsindsatsen har jobcentrene opnået en langt mere systematisk tilgang til indsamling og bearbejdning af viden om virksomhederne kompetenceefterspørgsel.

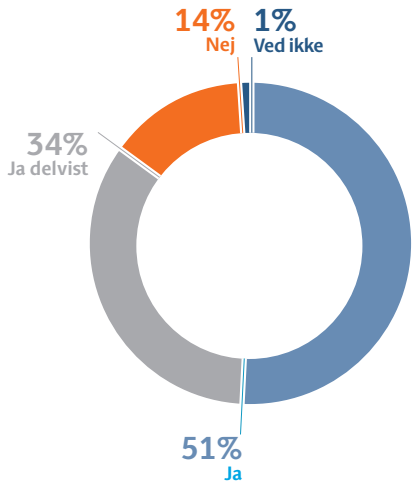
Mange virksomhedskonsulenter samler informationer ind, når de besøger virksomheder og indtaster informationerne i et CRM-system. Det kan være informationer om virksomhedens vækst- og rekrutteringsplaner, konkrete behov for arbejdskraft/lærlinge eller aftaler om næste besøg på virksomheden.

› **Figur 10. Hvad er de mest centrale forudsætninger for at opnå match mellem borger og virksomhed? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

› **Figur 11. Anvender jobcenteret it-systemer (CRM-systemer) i forbindelse med registrering af kontakten med virksomhederne?**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

Jobbarometer i Vendsyssel

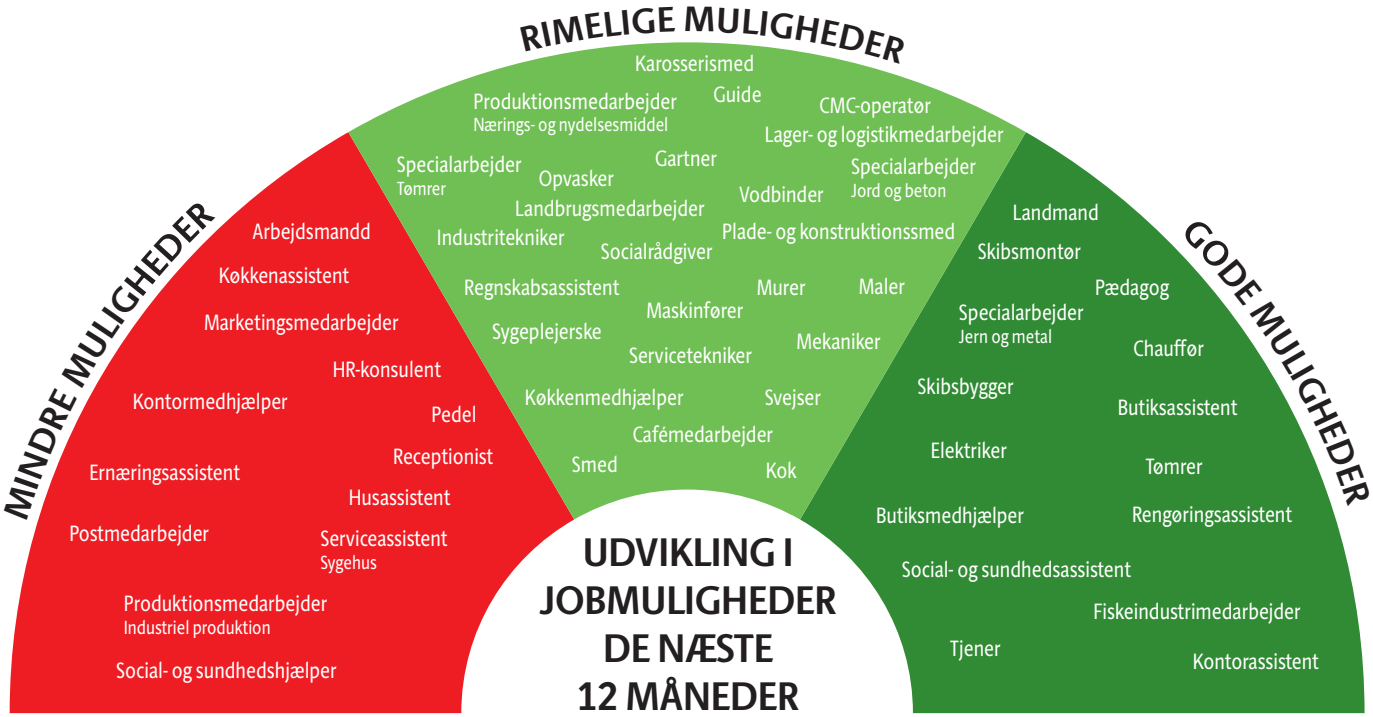
Brønderslev, Hjørring og Frederikshavn Kommuner har i samarbejde udarbejdet et prognoseredskab, der giver værdifuld viden om efterspørgslen efter arbejdskraft på 3 og 12 måneders sigt. Selve prognosen er baseret på en undersøgelse blandt 824 virksomheder og er gennemført af virksomhedsservice i de tre jobcentre.

Formålet er at tegne et billede af efterspørgslen på arbejdskraft i hver af de tre kommuner og i det samlede Vendsyssel. Dette sker med henblik på at fokusere virksomhedsindsatsen inden for de områder som er i vækst – både geografisk og branchespecifikt.

Prognosen skal bl.a. bidrage til at:

- Udpege risikoområder for flaskehalse og synliggøre disse for virksomheder og andre aktører på det lokale arbejdsmarked
- Give beskæftigelsesmedarbejdere i jobcentret, UU-vejledere m.fl. et bedre grundlag til at vejlede ledige mod kommende jobåbninger på arbejdsmarkedet
- Styrke vejledning og rådgivning af virksomheder om behovet for målrettet kompetenceløft
- Give et kvalificeret input til politiske og administrative beslutningstagere på beskæftigelsesområdet

JOBBAROMETERET
BRØNDERSLEV, FREDERIKSHAVN OG HJØRRING
APRIL 2016



Jobcentrene generer viden om virksomhederne efterspørgsel ved at:

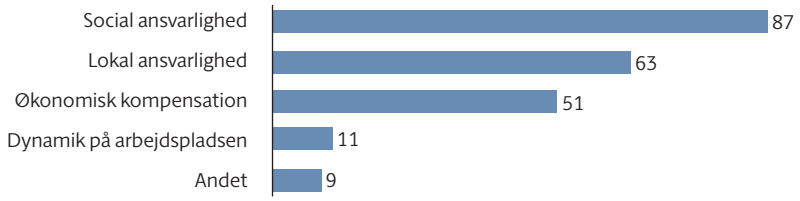
- Nedsætte advisory boards med virksomhedsrepræsentanter
- Oprette arbejdsmarkeds- og kompetencepaneler med deltagelse af bl.a. virksomheder og arbejdsmarkedets parter
- Deltage i faste møder i lokale erhvervsfora
- Anvende den nationale Arbejdsmarkedsbalancen, der viser jobmulighederne og virksomhedernes rekrutteringssituation i de otte regionale arbejdsmarkedsområder
- Foretage løbende spørgeskemaundersøgelser til lokale virksomheder

Flere virksomheder tager socialt ansvar
Jobcentrene samarbejder med virksomhederne om både stærke og svage ledige – og laver aftaler om både støttet og ordinær beskæftigelse. Jobcentrene oplever, at flere virksomheder i stigende omfang selv henvender sig til jobcentrene. Det skyldes, at de ønsker at tage både lokalt og socialt ansvar ved at ansætte borgere i støttet beskæftigelse, fx i virksomhedspraktik, løntilskud eller forløb i et virksomhedscenter.

Den støttede beskæftigelse giver virksomhederne mulighed for at afprøve potentielle medarbejderes kompetencer i forhold til senere ansættelse. Der er derfor stort potentiale i at bruge virksomhedernes social engagement som løftestang for at bringe borgere ind på arbejdsmarkedet. Det gælder også i forhold til flygtninge og familiesammenførte.

Jobcentrene peger dog på, at det er afgørende, at der opretholdes opmærksomhed på, at de mange virksomhedsrettede tilbud omsættes til ordinær beskæftigelse.

› **Figur 12. Hvad er de mest centrale årsager til at virksomheder ansætter medarbejdere på særlige vilkår? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

04/ JOBCENTRET SAMARBEJDER PÅ TVÆRS I KOMMUNEN

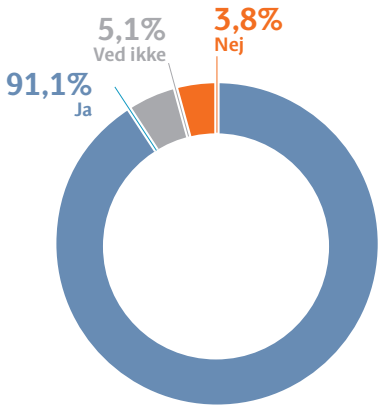
For at imødekomme virksomhedernes behov for kvalificeret arbejdskraft arbejder jobcentrene tæt sammen med kommunens erhvervsservice. Samarbejdet handler om alt fra kontakt til virksomhederne og håndtering af jobordrer til fælles kampagner rettet mod bestemte brancher.

Kommunerne har ansvaret for både beskæftigelses- og erhvervsindsatsen, og kommunerne er det naturlige omdrejningspunkt for at sikre tilstrækkelig kvalificeret arbejdskraft til virksomhederne. Derfor er det også væsentligt, at de to forvaltninger koordinerer kontakten til virksomhederne.

Mere end ni ud af 10 jobcentre samarbejder med kommunens erhvervsservice om kontakten til virksomhederne og håndtering af virksomhedernes behov for arbejdskraft.

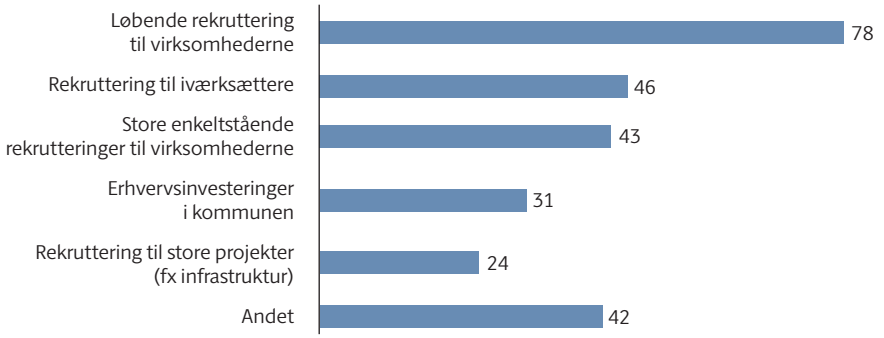
Jobcentrene arbejder primært sammen med erhvervsservice om den løbende rekruttering til virksomhederne, og flere jobcentre samarbejder også om rekruttering i forbindelse med store enkeltstående rekrutteringer. Flere jobcentre peger desuden på, at de i stigende grad indgår samarbejde om kampagner rettet mod bestemt brancher eller målgrupper – herunder også samarbejde med uddannelsesinstitutioner om opkvalificering rettet mod forskellige brancher. I øjeblikket samarbejder flere jobcentre på tværs af forvaltninger om at skabe jobåbninger til flygtninge.

› **Figur 13. Indgår jobcenteret i samarbejde/koordinering med kommunens erhvervscenter om kontakten til virksomhederne?**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

› **Figur 14. Hvad samarbejder jobcentrene med erhvervsservice om? (pct.)**



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

Koordineringen af virksomhedsindsatsen foregår ofte på faste dialogmøder, hvor koordinatorer fra de to områder koordinerer fælles aktiviteter og udveksler viden om virksomhederne efterspørgsel.

Møder og koordination er i nogle kommuner understøttet af et fælles Customer Relationship Management (CRM) system, der indeholder informationer om virksomhederne, der kan deles mellem medarbejderne i kommunen. Der kan også være tale om andre dialogværktøjer, der sikrer systematisk kontakt til virksomhederne. Der er dog behov for løbende opmærksomhed på at udvikle systemer, der sikrer systematisk vidensoverførsel på tværs af forvaltninger, således at virksomhederne oplever, at kommunerne er en professionel sparringspartner i forbindelse med rekruttering af kvalificeret arbejdskraft.

Også udadtil forsøger flere kommunerne at signalere overfor virksomhederne, at der er en fælles indgang til kommunen, fx ved at lave en fælles hjemmeside, hvor virksomhederne har én indgang til kommunens ydelser. Flere kommuner arbejder på at videreudvikle virksomhedsindsatsen så den interne organisering kobles til fx områderne teknik/miljø, byggesagsområdet etc.

05/ SAMARBEJDE MED ANDRE JOBCENTRE

Næsten alle jobcentre indgår i samarbejde med andre jobcentre om at levere arbejdskraft til virksomhederne. Fælles retningslinjer for håndtering af jobordrer og lokale koordinatorer sikrer, at virksomhederne får en rekrutteringsservice, der går tværs af kommunegrænser.

Arbejdskraftens mobilitet betyder, at kommunerne har behov for at samarbejde om jobformidling og virksomhedskontakt på tværs af kommunegrænserne.

97 pct. af jobcentrene indgår i formelle tværkommunale rekrutteringssamarbejder, der sikrer relevant arbejdskraft til virksomhederne. I jobcentrene er der klar erkendelse af, at samarbejde på tværs af kommunegrænser er helt afgørende for at kunne levere kvalificeret arbejdskraft til virksomhederne.

Generelt gælder det, at der er stor forskel på formaliseringsgraden af samarbejderne. Nogle samarbejder er baseret på faste aftaler og klare retningslinjer om håndtering af jobordrer, mens andre samarbejder er mere løst koblede og ad hoc-prægede.

Eksempler på rekrutteringssamarbejder:

- Nordsjællands Rekrutterings Service
- Hovedstadens rekrutteringsservice
- Fælles fynsk fodslag
- Jobcentrenes rekrutteringsservice Sjælland
- Vestalliancen
- Nordjylland
- 7K samarbejdet

Næsten alle jobcentre samarbejder om håndteringen af jobordrer. Konkret videresendes en jobordre på mail eller via telefonisk kontakt til medarbejder i samarbejdsjobcentret. En overvejende del af

› VESTALLIANCEN – EN STRATEGISK ALLIANCE MELLEM OTTE JOBCENTRE

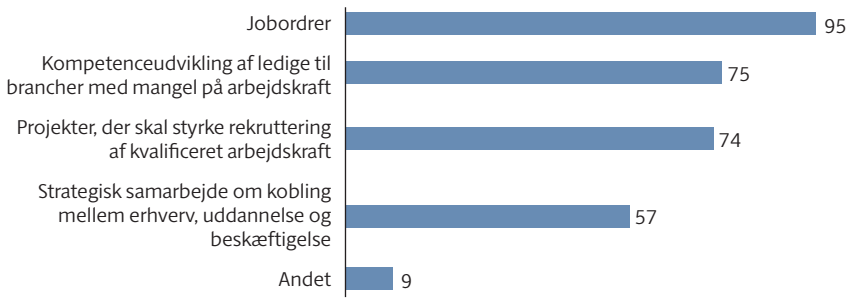
Otte jobcentre i Vestjylland har skabt en rekrutteringsalliance, der skal understøtte et sammenhængende og dynamisk arbejdsmarked for virksomhederne i Vestjylland. Visionen for samarbejdet er, at alliancen opleves som en troværdig samarbejdspartner for alle virksomhederne og at virksomhederne oplever, at deres behov for service og arbejdskraft imødekommes.

Alliancen formulerer fælles standarder for service og kvalitet – herunder fælles servicepakker, fælles ydelseskatalog og ensartet lovtolkning.

Alliancen har igangsat en række konkrete initiativer, fx:

› Fælles kompetenceudviklingsforløb for medarbejdere
› Fælles servicepakker/ fællesstandarder
› Fællestekst til brug for Jobcentrenes hjemmesider
› Dialog og sparring omkring rekruttering af udenlandsk arbejdskraft
› Koordinering i forhold til udarbejdelse af puljeansøgninger
› Koordinering i forhold til kontakten og dialogen med AMK

› Figur 15. Hvad samarbejder jobcentrene med hinanden om? (pct.)



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

jobcentrene samarbejder om kompetenceudvikling til bestemte brancher og om projekter, der skal styrke rekruttering. Mere en halvdelen af jobcentrene indgår desuden i strategiske samarbejder om at skabe sammenhæng mellem erhvervs-, uddannelses- og beskæftigelsesindsatsen.

Hovedstadens Rekrutteringsservice uddanner ufaglærte til bygge- og anlægsbranchen

19 kommuner i Hovedstadens Rekrutteringsservice har afprøvet en model til at opkvalificere ufaglærte ledige til en bygge- og anlægsbranchen, der melder om stigende mangel på kvalificeret arbejdskraft. Modellen er udviklet og afprøvet i samarbejde mellem Hovedstadens Rekrutteringsservice, Dansk Byggeri og 3F.

På baggrund af viden om virksomhedernes kompetencebehov indkøber kommunerne ét fælles AMU-kursus for ledige og laver en håndholdt 1:1 matchning af kursisterne med virksomheder efter kurset.

I foråret 2016 gav flere entreprenørvirksomheder udtryk for, at de mangler folk bl.a. til betjening af mindre gravemaskiner på byggepladserne. Derfor indkøbte Hovedstadens Rekrutteringsservice et forløb i maskinføring på Roskilde Tekniske Skole.

Inden kursusopstart i maj blev flere kandidater inviteret til samtale hos en af entreprenørvirksomhederne. Hvis der var gensidig interesse, kom den ledige i 1-uges snusepraktik i virksomheden for at afdække, om det var et godt match. Efter kurset blev alle 13 tilbudt ordinært job, og to måneder efter kurset var 12 af dem fortsat i arbejde.

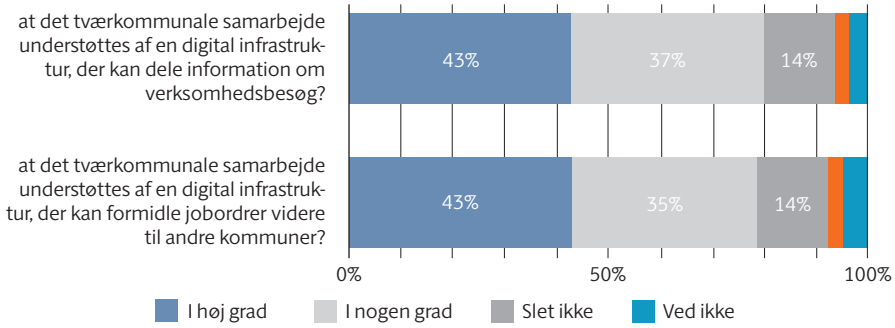
Modellen har dermed vist sig at virke, og Hovedstadens Rekrutteringsservice fortsætter med at opkvalificere til virksomhedernes behov.

For at få succes med det tværkommunale samarbejde er det centralt, at der er politisk opbakning til samarbejdet, og at jobcentrene har klare aftaler om ansvarsfordeling og konkrete opgaver. Flere af de fælles rekrutteringssamarbejder har derfor vedtaget retningslinjer for det daglige arbejde og etableret styregrupper, der overvåger udviklingen af samarbejdet.

For at sikre tæt samarbejde har flere jobcentre udpeget kommunale tovholdere med ansvar for den daglige koordinering mellem kommunerne. Otte ud af ti jobcentre vurderer, at der behov for at det tværkommunale samarbejde understøttes af en digital infrastruktur, der kan formidle jobordrer videre til andre kommuner og kan dele information om virksomhedsbesøg.

› Figur 16. Behov for it-understøttelse af tværkommunalt rekrutteringssamarbejde

I hvilken grad er der behov for:



Kilde: KL-survey til jobcenterchefer, september 2016.

› IT-INFRASTRUKTUR SKAL UNDERSTØTTE DET TVÆRKOMMUNALE SAMARBEJDE

Langt hovedparten af jobcentrene foretager i dag registrering af virksomhedskontakten, og det er således ikke nødvendigt at udvikle et nyt centralt fælles it-system til at understøtte kommunernes virksomhedsindsats.

Der er behov for at etablere en infrastruktur, hvor kommunerne kan udveksle relevante data, som er nødvendige for jobformidling, erhvervsfremme og mere koordinering af virksomhedskontakten på tværs af forvaltningers forskellige systemer og på tværs af kommunegrænser.

Infrastrukturen skal skabe grundlag for en mere professionel virksomhedsindsats, så konsulenterne i væksthuse, erhvervs- og jobcentre kan udnytte fælles viden om virksomhederne. Kommunerne skal kunne møde virksomhederne velforberedte og med tilstrækkelig viden om, hvilket samarbejde virksomheden i øvrigt har med kommunen og med andre kommuner og andre aktører.

KL er i gang med et projekt, der skal etablere en infrastruktur, der gør det muligt at udveksle oplysninger om virksomhedskontakter. Det forudsætter:

› Fælles kommunal tilslutning og opbakning til, hvilke data, der som minimum skal kunne udveksles for at understøtte en koordineret indsats

› Kommunalt commitment om registrering og udveksling af disse data om virksomhedsindsatsen

› Realisering af en infrastruktur, som kommunerne kan koble sig på

KL
Weidekampsgade 10
2300 København S
Tlf. 3370 3370
kl@kl.dk
www.kl.dk

Produktionsnr. 830184
ISBN 978-87-93365-52-0