

# Nyanländ kompetens



*Ett samverkansprojekt mellan Mora, Orsa och Älvdalens kommuner,  
Högskolan Dalarna och Arbetsförmedlingen*

## Introduktion

# Innehåll

1 Inledning .....	1
2 Bakgrund .....	1
3 Syfte & mål.....	2
4 Nyanländ kompetens .....	2
4.1 Online-plattformar .....	3
4.1.1 Blogg.....	3
4.1.2 Facebooksida.....	3
4.2 Möten.....	3
4.3 Mässan .....	3
5 Resultatuppföljning.....	4
6 Framtida utveckling.....	4
7 Samverkan.....	5

# 1 Inledning

Detta är en introduktion till kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens som genomförs av Mora, Orsa och Älvdalens kommuner i samarbete med Arbetsförmedlingen. I detta dokument förklaras bakgrund, syfte och mål för Nyanländ kompetens. Dessutom ges en beskrivning av satsningen och dess tre delar. Utöver detta introduktionsdokument finns även tre handböcker som ger handledning i hur de olika delarna av kommunikationssatsningen ska genomföras.

# 2 Bakgrund

Denna kommunikationssatsning är resultatet av ett sex månader långt KTP-projekt som genomfördes mellan oktober 2017 och mars 2018. KTP står för Knowledge Transfer Partnerships och det är en samverkansmodell mellan Högskolan Dalarna och näringslivet. Modellen går ut på att högskolan anställer en nyexaminerad akademiker som projektledare, som sedan placeras på ett företag. Detta KTP-projekt var det första som genomfördes i offentlig sektor och projektledaren var placerad på Mora kommun. Projektet var ett samarbete mellan Mora, Orsa och Älvdalens kommuner samt Arbetsförmedlingen och syftet med det var att undersöka hur man bättre kan marknadsföra nyanländas kompetens för att effektivisera matchningen mellan nyanlända och näringsliv. Initiativet till projektet hade sin grund i problematiken med att det råder kompetensbrist i ett flertal branscher, samtidigt som det finns outnyttjad kompetens hos gruppen nyanlända. Matchningen är inte så effektiv som den borde kunna vara, vilket bidrar till att företag har svårt att rekrytera och nyanlända går utan jobb.

Under projektet gjordes en omvärldsanalys som bland annat undersökte vilka hinder som finns för nyanlända att ta sig in på den svenska arbetsmarknaden och hur organisationer påverkas av mångfald. Det genomfördes också en kartläggning av de lokala förutsättningarna i Mora, Orsa och Älvdalen. Fullständiga redovisningar av resultaten från omvärldsanalysen och kartläggningen finns att ta del av i separata dokument, vilka finns i anslutning till dokumenten för Nyanländ kompetens.

Omvärldsanalysen pekade bland annat på att de främsta hindren för nyanlända som ska ta sig in på arbetsmarknaden är att de ofta inte har tillgång till informella nätverk, att de saknar landspecifikt humankapital i form av språk, normer och outtalade förhållningsregler, och att det förekommer strukturell och statistisk diskriminering.

Kartläggningen gjorde det tydligt att det finns ett behov av bättre samverkan mellan kommunerna och Arbetsförmedlingen. Detta för att personerna som arbetar med att hjälpa nyanlända in på arbetsmarknaden själva ska veta vem som har ansvar för vad och för att det ska bli tydligare för utomstående vem de ska vända sig till för information och stöd. Informationen till företagare om hur det går till att ta in nyanlända i sin verksamhet och vilka olika möjligheter som finns till att få ekonomiskt stöd måste också bli tydligare. En övergripande slutsats av kartläggningen är att kommunikationen rörande kompetensförsörjning och nyanländas inträde på arbetsmarknaden behöver bli mer omfattande.



Efter att omvärldsanalysen och kartläggningen genomförts togs förslag till kommunikationslösningar fram, med utgångspunkt i resultaten från undersökningarna. Resultatet av det arbetet är kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens, som presenteras i detta dokument och i de handböcker som tagits fram genom projektet.

### 3 Syfte & mål

Syftet med kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens är att samla kommunikationen kring det arbete som kommunerna gör för att hjälpa nyanlända in på arbetsmarknaden. Satsningen innebär även att några nya aktiviteter införs och att redan befintliga plattformar utnyttjas på nya sätt.

Det **övergripande** målet med kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens är att fler nyanlända ska få en anställning eller praktikplats och att näringslivets rekryteringsbehov ska bli bättre tillgodosett.

För att nå det övergripande målet har ett antal **delmål** satts upp. Delmålen är:

- Att aktualisera frågan.
- Att minska företagarnas osäkerhet kring hur det går till att ta in nyanlända i sin verksamhet.
- Att minska barriärerna mellan nyanlända och företagare.
- Att ge nyanlända och näringslivet tillgång till gemensamma nätverk.

För att nå dessa mål kommer kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens att sträva efter att etablera Nyanländ kompetens som begrepp, tillhandahålla tydlig och lättillgänglig information om att ta in nyanlända i företag, lyfta fram individerna ur gruppen nyanlända och skapa en ny mötesplattform för nyanlända och näringsliv.

Nyanländ kompetens förväntas även stärka samverkan inom och mellan kommunerna, samt mellan kommunerna och Arbetsförmedlingen. Detta då god samverkan är en förutsättning för att kommunikationssatsningen ska vara framgångsrik.

### 4 Nyanländ kompetens

Nyanländ kompetens är en kommunikationssatsning som genomförs av Mora, Orsa och Älvdalens kommuner, i samarbete med Arbetsförmedlingen. Genom att tillhandahålla information, marknadsföra nyanländas kompetens och göra stöd från kommunerna och Arbetsförmedlingen mer lättillgängligt hoppas man kunna minska arbetsgivarnas oro för de risker de upplever att de tar och göra det enklare för dem att anställa nyanlända. Dessutom är förväntningen att man genom att göra mer personliga presentationer av nyanlända och synliggöra deras individuella egenskaper ska motverka tendensen att nyanlända klumpas ihop till en grupp och tilldelas gemensamma egenskaper. Nyanländ kompetens består av tre delar: Online-plattformar, möten med företagare och en omvänd rekryteringsmessa. Det finns separata handböcker med instruktioner för de tre delarna av kommunikationssatsningen. Nedan följer en kort beskrivning av varje del.



## 4.1 Online-plattformar

### 4.1.1 Blogg

På **bloggen** Nyanländ kompetens publiceras minst en presentation av en Nyanländ kompetens i veckan. Mora, Orsa och Älvdalens kommuner har ett rullande schema och turas om att göra inlägg. Tanken är att bloggen ska fungera som en enklare kompetensbank. På bloggen finns även en sida där det går att finna information om att anställa med ekonomiskt stöd från Arbetsförmedlingen, kontaktinformation till personer på kommunerna och Arbetsförmedlingen samt en länk till Facebook.

### 4.1.2 Facebooksida

På **Facebooksidan** publiceras länkar till och kortare versioner av de presentationer av kompetens som görs på bloggen. Utöver de inlägg med presentationer av nyanländas kompetens som postas, görs även inlägg med information om bland annat kommande rekryteringsevenemang, om lyckade matchningar (arbetsgivare och nyanlända delar med sig av sina erfarenheter) och med klipp från olika presentationer som gjorts inom kommunikationssatsningen. Dessutom finns möjlighet att live-streama presentationer på Facebooksidan. På sidan finns även kort information om Nyanländ kompetens, kontaktuppgifter till personer på kommunerna och Arbetsförmedlingen, samt en länk till bloggen.

## 4.2 Möten

De möten med företagare som sker inom Nyanländ kompetens är till exempel **företagsbesök** och **näringslivsfrukostar**. Vid företagsbesök eller liknande kan kommunens representanter diskutera Nyanländ kompetens i den utsträckning som mötets karaktär tillåter. Det kan också vara bra (och ibland tillräckligt) att lämna över ett informationsblad. Vid näringslivsfrukostarna bör det alltid finnas skriftligt informationsmaterial tillgängligt och någon på plats bör kunna informera om Nyanländ kompetens. I många fall kommer Nyanländ kompetens även att vara en del av programmet genom presentationer av information och positiva exempel eller genom att nyanlända som söker jobb själva presenterar sig under 1-minutaren.

## 4.3 Mässan

Inom satsningen Nyanländ kompetens anordnas även en **omvänd rekryteringsmessa**. Mässan är omvänd på så sätt att det är de arbetssökande, och inte arbetsgivarna, som har montrar där de presenterar sig. På vilket sätt deltagarna väljer att presentera sig avgör de själva, men de får gärna dela med sig av intressen och tidigare erfarenheter. Både yrkeserfarenhet och erfarenheter från andra delar av livet. Målet är att fokus ska flyttas något från CV och kompetensmatchning och istället hamna på individernas personliga egenskaper. Detta då kompetensmatchningen i många fall förväntas vara relativt låg och då nyanländas individuella egenskaper ofta riskerar att hamna i skymundan då de ses som en

homogen grupp. För att kompensera för bristande kompetensmatchning behöver de nyanlända visa att de har potential att utvecklas på en arbetsplats och att de besitter andra egenskaper som kan vara värdefulla i organisationen.

Tanken är att arbetsgivare och arbetssökande vid mässan ska ges möjligheten att fokusera på annat än kompetens och hitta faktorer som kan väga upp för den förväntat låga kompetensmatchningen. På så sätt kan fler ges chansen att komma in i företag där de kan utveckla sin kompetens och med tiden bli en person med ökad kompetens. Den första mässan genomförs förslagsvis i mindre skala och i anslutning till något event som företagare förväntas delta i, till exempel en näringslivsfrukost.

## 5 Resultatuppföljning

Vad gäller de långsiktiga målen för nyanländas inträde på arbetsmarknaden och näringslivets kompetensbehov kommer statistik från Arbetsförmedlingen att kunna ge svar på om de uppfylls. En indikation på om målen uppfylls kan ges av de tendenser som de som arbetar med frågan tycker sig se.

För att ta reda på om de tre första delmålen uppfylls kan man använda sig av enkät- eller intervjuundersökningar. Genom dessa kan man undersöka hur medvetna och insatta de lokala företagarna är i frågan och hur stor kunskap de har kring hur man går tillväga för att ta in en nyanländ i sin verksamhet. Man kan även undersöka hur de upplever information från kommunerna och Arbetsförmedlingen samt om hinder såsom kulturella skillnader och språk fortfarande upplevs som lika stora.

Det kan vara bra att både undersöka företagarnas faktiska kunskaper och hur de själva upplever dem. Detta då deras egen upplevelse av hur välinformerade de är kan tänkas påverka deras inställning och hur de agerar.

För att ta reda på om det sista delmålet uppfyllts kan man studera utvärderingen av mässan och se om den fungerat som en nätverksplattform för nyanlända och näringsliv, vilket den är tänkt att göra.

Syftet med att ta reda på om delmålet uppfylls är att skapa en bild av hur väl de olika aktiviteterna fungerar. Om uppföljningen visar att något delmål inte uppfylls så väl som önskat behöver man utvärdera de insatser som påverkar det målet och undersöka hur de kan utvecklas för att ge bättre resultat.

Man bör även göra en utvärdering av Nyanländ kompetens som helhet, där man ser till hur de olika delarna av kommunikationssatsningen samspelar och om några synergieffekter uppstår. Tanken är att de olika delarna av satsningen ska lyfta varandra.

## 6 Framtida utveckling

I och med att många delar av kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens är nya kommer det att finnas möjlighet att utveckla dem i framtiden. Detta beror delvis på att det inte har funnits möjlighet att testa de olika delarna inom tidsramen för det projekt som tagit fram kommunikationssatsningen. Att dessa kommunikationslösningar alltså endast är förslag, kan vara bra att ha i åtanke under uppstarten av

satsningen, då det innebär att de som ansvarar för att driva satsningen behöver ge sig själva och varandra utrymme att testa sig fram.

Sociala medier är under ständig utveckling och det är därför viktigt att inte låsa sig vid de ursprungliga idéerna och tillvägagångssätten. Var öppen för nya kommunikationsformer och utvärdera vilka inlägg som verkar skapa mest engagemang, för att kunna satsa mer på dem.

Utvecklingspotentialen för bloggen är stor, då den första versionen av den kommer att vara mycket enkel och grundläggande. Med tiden kan man därför utveckla den både vad gäller funktion och utseende. På sikt kan ett mål vara att lämna bloggformatet och utveckla en mer avancerad databas med större möjligheter att filtrera sökningarna. Om kompetensbanken utvecklas och flyttas från bloggen kan bloggplattformen fortfarande användas, men på andra sätt. Ett förslag är att bloggplattformen då används för storytelling. Man kan till exempel göra inlägg med positiva exempel, vilka kan bli längre och mer målande än de korta inläggen med positiva exempel som publiceras på Facebooksidan.

Även den del av Nyanländ kompetens som kallas möten går att utveckla i framtiden. Genom att testa sig fram och lyfta frågan på olika sätt kan man komma fram till vad som fungerar bäst. Kanske upptäcker man andra möten som kan vara effektiva plattformar för att lyfta frågan eller nya metoder att använda sig av när man presenterar på näringslivsfrukostarna.

Nyanländ kompetens-mässan förväntas också utvecklas i framtiden. Rekommendationen är att genomföra den första mässan i mindre skala, som en pilot. Det skapar möjlighet att se vad som fungerar och vad som behöver utvecklas och dessutom kan man genom uppföljning ta reda på vad deltagarna tycker varit bra och mindre bra. Även när mässor i större skala genomförs i framtiden är det viktigt att vara öppen för nya idéer och att ta emot deltagarnas åsikter. Genom att lyssna på deltagarna får man inte bara en bild av vad som behöver utvecklas, utan även av vad som fungerar bra och som bör tas tillvara inför nästa mässa.

Om man ser till kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens som helhet så kommer den att utvecklas som koncept genom att de olika delarna av den utvecklas. En annan möjlig utveckling kan vara att ta fram en logga och ett enhetligt grafiskt utseende. Detta skulle kunna stärka Nyanländ kompetens som koncept då det gör det tydligare för utomstående att de olika delarna av satsningen hänger samman.

Allteftersom de olika delarna av Nyanländ kompetens utvecklas behöver de olika dokumenten revideras. Poängen med att ha uppdaterade introduktionsdokument och handböcker är att Nyanländ kompetens inte ska vara beroende av specifika individer. Dessutom skapar det tydlighet och trygghet för de som arbetar med kommunikationssatsningen.

## 7 Samverkan

Nyanländ kompetens kommer förhoppningsvis att skapa en bra grund för kommunikationen kring nyanländas inträde på arbetsmarknaden, men förtroendet för avsändarna är viktigt för kommunikationssatsningens utfall. Detta förtroende baseras inte endast på kommunikationen som sker



genom bloggen, på Facebooksidan, vid företagsmöten och på mässan, utan även på hur efterföljande kontakter upplevs.

För att kommunikationssatsningen ska ge resultat krävs ytterligare ansträngningar från kommunerna och Arbetsförmedlingen. I och med att Nyanländ kompetens gör det tydligare för företagare var de ska vända sig för att få hjälp ställs högre krav på responsen från den de vänder sig till. Det är viktigt att det inte skapas några återvändsgränder i kommunikationen som lämnar företagare frågande utan svar. Om man inte själv har svar på en fråga bör man hänvisa företagaren till någon annan, eller själv kontakta den som vet och återkomma till företagaren med svar.

För att kunna ge företagare den information och det stöd som Nyanländ kompetens ämnar tillhandahålla krävs att kommunerna och Arbetsförmedlingen samarbetar och har en fungerande dialog. Kommunikationen måste både fungera inom de tre kommunerna, mellan de tre kommunerna och mellan kommunerna och Arbetsförmedlingen.

Under det projekt som tagit fram Nyanländ kompetens har det flera gånger framkommit att samarbetet och dialogen mellan de som arbetar med att hjälpa nyanlända att etablera sig på den svenska arbetsmarknaden är bristfällig. Förhoppningsvis kan Nyanländ kompetens leda till ökad samverkan mellan de tre kommunerna och Arbetsförmedlingen och uppmuntra samtliga inblandade att föra en mer kontinuerlig dialog för att samordna sina ansträngningar och hitta en gemensam väg framåt.

