

## **"Flere i fleksjob"**

### **- evaluering af fleksjobkonference & kampagne**

**Fleksjobkonferencen i Ringsted Teater- & Kongrescenter d. 29. marts 2006**  
**Konferencen** blev annonceret i Dagbladet Ringsted og invitationer blev udsendt til ca. 900 virksomheder på Midtsjælland.

Resultatmål for fleksjobkonferencen var, at mellem 45-50 virksomheder ville deltage og få inspiration og viden om fleksjobområdet, så der åbnes op for nye samarbejdsmuligheder.

Resultat: 63 private og offentlige virksomheder deltog med i alt 131 deltagere på konferencen, hvis indhold og form blev rost af mange deltagere (introduktion med lyd og billedside, fleksstand, 5 indlæg, heraf 3 oplægsholdere, let anretning som afslutning).

Komplet opsamling af konferencens vigtigste pointer blev efterfølgende udsendt til deltagerne samt til ca. 400 inviterede virksomheder i Ringsted Kommune. Dagbladet Ringsted havde såvel foromtale af som reportage fra konferencen.

## **Fleksjobkampagnen**

**Fleksjobkampagnen** bestod af flere elementer:

- Annoncering af fleksjobprofiler i den lokale presse
- Udsendelse af 4-sidet postkort til lokale virksomheder
- Phoning
- Opfølgning af jobkonsulenter fra Formidlingscenter Midtsjælland (FM)
- Registrering af virksomhedernes svar i FM' virksomhedsdatabase

Resultatmål for fleksjobkampagnen var, at minimum *20 borgere* ville komme i fleksjob som følge af kampagnen.

Resultat: Pr. 1/10 2006 er *23 Ringsted-borgere* etableret og fortsat i fleksjob, etableret i.t.: 1. april -1. oktober 2006. Herudover har ca. 10 borgere været i fleksjob / ell. virksomhedspraktik i forbindelse med kampagnen, men har af diverse årsager ikke fastholdt ansættelsen. Desuden er yderligere 10 – 15 borgere i virksomhedspraktik pt. og afventer etablering af fleksjob indenfor kortere tid (ca. 1 mdr.). Der henvises til opgørelse fra Formidlingscenter Midtsjælland af. d. 1/10 2006, bilag 1.

### - Annoncering af fleksjobprofiler i den lokale presse

Annoncering med beskrivelse af 29 lediges (personer på ledighedsydelse) profiler, herunder kvalifikationer, uddannelse og jobønsker bragtes i 4 omgange i den lokale presse og blev understøttet med link, lagt på forsiden af Ringsted Kommunes hjemmeside. Flere profiler var understøttet med billeder af de jobsøgende, der ønskede at stille sig til rådighed med fotos. Erfaringen var at virksomhederne alene responderede på de ledige med fotos. Ledige uden fotos blev matchet af jobkonsulenterne i FM.

### - Udsendelse af 4-sidet postkort til lokale virksomheder

Postkortet gav virksomhederne mulighed for portofrit at tilbagesende oplysninger om eventuelt ønske om at blive kontaktet af konsulent mhp. definition af fleksjobbets rammer samt en dialog om medarbejderemner, herunder oplysninger om behovet for faglært, ufaglært medarbejder til hvilken branche og jobtype. Virksomhederne returnerede postkortet i kun begrænset omfang. Udsendelsen blev fulgt op af

### - Phoning (telefonisk opfølgning)

Telefoniske opkald/kontakt til de af virksomhedernes personaleansvarlige, som ikke havde returneret svarkortet. Der anvendtes et hertil udarbejdet "call out script", som bestod af 4

- 5 nøglespørgsmål til afdækning af interesser og muligheder, herunder tilkendegivelser af ønske om at blive kontaktet af en jobkonsulent fra FM.

#### Resultat:

22 % = 94 virksomheder vil gerne kontaktes af jobkonsulenterne  
36 % = 153 virksomheder er ikke interesseret i at blive kontaktet  
5 % = 20 virksomheder har allerede fleksjobbere eller er i gang med at ansætte en eller flere  
1 % = 4 virksomheder har pt. kontakt til jobkonsulenterne  
64 % = Besvarelsesprocent

Der henvises til opgørelsen, udleveret på LBR-mødet d. 9. august 2006, bilag 2.

Eksemplarer på tilkendegivelser fra virksomheder fremgår af bilag 3.

#### Vurdering af phonerkampagnen:

En svarprocent på 64 % er ikke overvældende stor. Til gengæld er det positivt, at lidt under ¼ af samtlige virksomheder tilkendegav ønske om at få kontakt af en jobkonsulent enten for at få mere viden om mulighederne i fleksjobordningen eller for at ansætte medarbejdere i et konkret job.

Phonerkampagnedelen blev varetaget af konsulentfirmaet Wanek & Myrner. Efter aftale med formidlingscenteret opdelte man opkaldende i 4 omgange (med 1-2 ugers mellemrum) for at forebygge, at der skulle gå for lang tid mellem "phonerens" kontakt til virksomheden og jobkonsulenternes opfølgning på virksomhedernes ønske om kontakt.

Til trods for denne fordeling af opkald er det jobkonsulenternes opfattelse, at den tid - der nødvendigvis måtte gå - fra den første kontakt til den opfølgende kontakt fra FM i nogle tilfælde betød, at virksomhedens ønske om kontakt ikke længere var relevant.

Det er ligeledes jobkonsulenternes oplevelse, at visse informationer om virksomhedens behov kan være gået tabt via "phoneren" som mellemlid, ligesom denne ikke i alle tilfælde har haft nok kendskab til fleksjobordningens indhold og muligheder i den første kontakt med virksomheden. Et forhold der allerede søgtes forbedret mens phonerdelen løb af staben ved kontakt til konsulentfirmaet.

En første direkte kontakt fra jobkonsulenten vil være at foretrække men næppe realisabelt af ressourcemæssige grunde i det givne omfang.

- Registrering af virksomhedernes svar i FM' virksomhedsdatabase

Virksomhedernes tilkendegivelser af interesse for fleksjobordningen, herunder ønske om kontakt fra FM og evt. ønske om at ansætte medarbejdere i konkrete jobfunktioner blev umiddelbart (via XL-regneark) stillet til rådighed for jobkonsulenterne i FM, således at disse kunne tage den relevante kontakt til virksomhederne. Herudover blev oplysningerne registeret i FM' virksomhedsdatabase. Med denne registrering tilstræbtes at stille et værktøj til rådighed, således at øvrige jobkonsulenter i FM, der ikke var direkte involveret i fleksjobkampagnen, via databasen kunne orientere sig om den aktivitet / kontakt, der var med de involverede virksomheder.

#### Koordinering med AF:

AF var repræsenteret via AF-konsulent i arbejdsgruppen og medbragte ved virksomhedsbesøg i perioden det 4-sidet postkort, hvor virksomhederne bla. kunne afgive oplysninger om deres behov for medarbejdere til hvilken branche og jobtype.

### **Samlet vurdering, herunder overvejelse om metode**

Det er med kampagnen lykkedes at sætte fokus på mulighederne i fleksjob. Budskabet om at mange mennesker – trods manglende fuld arbejdsevne – kan være et aktiv for virksomheder, der vil skabe de rette betingelser for deres arbejdsliv – er viderebragt via konference, kampagne, herunder omtale i den lokale presse.

I flg. de involverede jobkonsulenter fra FM er der stadig - ½ år efter kampagnens start – henvendelser fra virksomheder - der med afsæt i den inspiration, som de fik under kampagnen eller via det udsendte kampagnemateriale - ønsker at samarbejde om oprettelse af job på særlige vilkår.

Resultatmål for kampagnen er mere end opfyldt.

Det har - i forbindelse med denne evaluering - fra jobkonsulenternes side været anført, at man med fordel og som alternativ til en bredt anlagt kampagne kunne tage afsæt i en branchespecifik tilgang, hvor man mere målrettet henvendte sig til de virksomheder og brancher som kunne tænkes at efterspørge de lediges konkrete kvalifikationer.

Man har ligeledes problematiseret, at mindre virksomheder (med færre end 3-4 ansatte) ikke var målgruppe for denne kampagne, da det ofte er i de helt små virksomheder, at man finder åbninger for fleksjobbere.

Denne del af indsatsen – det "skræddersyede" match – er således afgørende i det daglige arbejde med integration af diverse "marginaliserede" målgrupper på arbejdsmarkedet.

Denne kampagne har imidlertid været bredt anlagt, idet såvel et stort antal virksomheders ønske om og behov for arbejdskraft på særlige vilkår blev afdækket og registeret og lediges kvalifikationer er blevet synliggjort og med det resultat at flere personer er overgået fra passiv ledighedsydelse til aktivt fleksjob, og flere virksomheder er blevet medspillere omkring integration af personer på ledighedsydelse.

Vedlagt bilag 1-3:

1. Bilag : Opgørelse fra Formidlingscenter Midtsjælland af. d. 1/10 2006 vedr. etablerede fleksjob.
2. Bilag 1: Resultat af kampagnens phonerdel.
3. Eksemplar på tilkendegivelser fra virksomheder.

Jesper Møller  
Arbejdsmarkedskonsulent  
LBR

Ringsted Kommune d. 20. oktober 2006

## BILAG 1

| <b>Startdato &amp; funktion:</b>    | <b>Arbejdsgiver:</b>                 |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 01.08.2006.<br>Opvasker             | Kokkeriet/Kvickly X-tra.<br>Slagelse |
| 01.07.2006.<br>Rengøringsmedhjælper | Alt på det Rene<br>Ringsted          |
| 06.06.2006.<br>Butiksassistent.     | Shell<br>Osted                       |
| 25.07.2006.<br>Mekaniker.           | Ortved Autoopretning<br>Ringsted     |
| 03.04.2006.<br>Produktion.          | Plastmo<br>Ringsted                  |
| 16.05.2006.<br>Socialformidler.     | Næstved kommune<br>Næstved           |
| 10.07.2006.<br>Chauffør.            | SET Logistics ApS.<br>Rønnede        |
| 01.05.2006.<br>Kontorassistent.     | Lerner Development ApS<br>Ringsted   |
| 01.08.2006.<br>Chauffør.            | Odense Fladbrød<br>Odense            |
| 16.09.2006.<br>Butiksassistent.     | REMA 1000<br>Roskildevej<br>Ringsted |
| 01.10.2006.<br>Smed.                | Tri-Vet<br>Ringsted.                 |
| 12.08.2006.<br>Butiksassistent.     | Prima<br>Ringsted                    |
| 19.09.2006.<br>Køkkenassistent.     | Sorø Husholdningsskole<br>Sorø       |
| 03.05.2006.<br>Adm. medarbejder.    | Selandia<br>Slagelse                 |
| 18.09.2006.<br>Montage.             | LK<br>Ringsted                       |
| 18.09.2006.<br>Montage.             | LK<br>Ringsted                       |
| 01.09.2006.                         | Servicekorpset                       |

|                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| Adm. medarbejder                  | Ringsted                            |
| 01.05.2006.<br>Butiksassistent.   | Spil & Vind<br>Ringsted             |
| 14.08.2006.<br>Kontorassistent.   | AirCon<br>Ringsted                  |
| 15.06.2006.<br>Kontorassistent.   | Midtsjællands Busrejser<br>Ringsted |
| 04.09.2006.<br>Servicemedarbejder | Jacobsens Rengøring<br>Ringsted     |
| 01.06.2006.<br>Slagsassistent.    | Ma´nett sko<br>Ringsted             |
| 01.09.2006.<br>Pedel.             | Plastmo<br>Ringsted                 |

Nota:

Det skal bemærkes, at flere Ringsted-borgere har været i fleksjob/virksomhedspraktik inden etablering af fleksjob, men af div. årsager ikke har fastholdt ansættelsen. Disse borgere figurere ikke på denne liste, men omhandler ca. 10 borgere der har været ude i kortvarigt job i forbindelse med kampagnen.

Der udover opererer vi med ca. 10-15 borgere der er i virksomhedspraktik pt. og afventer derfor etablering af fleksjob indenfor kortere tid (ca. 1 mdr.).

01.10.2006  
Rikke Diekelmann/Else Malmgren  
Formidlingscenter Midtsjælland

## BILAG 2

Resultat af **phoning** i forbindelse med:

### 1. udsendelse af skildpadden Sune

22 personer vil gerne kontaktes af jobkonsulenterne  
37 firmaer er ikke interesseret i at blive kontaktet  
8 firmaer har allerede fleksjobbere eller er i gang med at ansætte en eller flere  
67 Besvarelser, ialt  
Virksomheder i alt 84

### 2. udsendelse

18 virksomheder vil gerne ringes op  
3 virksomhed har allerede kontakt til jobkonsulenterne  
33 er absolut ikke interesseret  
54 Besvarelser, ialt  
Virksomheder i alt 84

### 3. udsendelse

18 vil gerne ringes op af FM konsulenterne  
37 er ikke interesseret  
55 Besvarelser, ialt  
Virksomheder i alt 84

### 4. udsendelse

18 vil gerne ringes op af FM konsulenterne  
12 virksomheder har allerede fleksjobbere  
19 er ikke interesseret  
49 Besvarelser, i alt  
Virksomheder i alt 84

### 5. udsendelse

18 vil gerne ringes op af FM konsulenterne =  
1 firma har allerede kontakt til FM konsulenterne  
27 er ikke interesseret  
46 Besvarelser, i alt  
Virksomheder i alt 85

### Samlet resultat af phonerkampagne 1 – 5:

|   |   |      |
|---|---|------|
| 94 virksomheder vil gerne kontaktes af jobkonsulenterne                                 |   |      |
| $\frac{94 \times 100}{420}$   | = | 22 % |
| 153 virksomheder er ikke interesseret i at blive kontaktet                              |   |      |
| $\frac{153 \times 100}{420}$  | = | 36 % |
| 20 virksomheder har allerede fleksjobbere eller er i gang med at ansætte en eller flere |   | 5 %  |
| 4 virksomhed har pt. kontakt til jobkonsulenterne                                       |   | 1 %  |
| Besvarelsesprocent, ialt  |   | 64 % |
| Virksomheder i alt ca. 420  |   |      |

Opgørelse pba. XL-regneark fra W&M, modtaget d. 5. maj 2006.

Opgjort af JM for LBR, Ringsted Kommune, d. 9. august 2006