

# REFERAT Koldings Arbejdsmarkedsråd d. 26-09-2019

**Mødedato** Torsdag d. 26. september 2019 kl. 15:00

**Mødested** Rockwool

**Mødedeltagere** Poul Erik Jensen, Jens Lund, Frank Grevelund, Anders Petersen (Fravær), Morten Kaj Hansen (Fravær), Rasmus Lund-Sørensen (Fravær), Annette Vittrup, Michael Krogh (Fravær), Peter Thuesen Andersen (Fravær), Per Lynnerup (Fravær), Henrik Sig (Fravær), Heino Svenningsen (Fravær), Morten Bjørn Hansen, Hans Holmer, Jesper Vera Christensen

## Indholdsfortegnelse

Temadrøftelse - Kolding Kommunes målsætning om flere unge på erhvervsuddannelserne.....	3
Voksenlæringekampagne 2019.....	4
Ansøgning om finansiering af tre kampagner efteråret 2019 og vinteren 2020.....	6
Orientering om Messe for uddannelse og fritidsjob 1. oktober 2019.....	10
Ansøgning om bevilling af transport.....	11
Slutevaluering af Projekt Uddannelsesambassadør.....	12
Status på deltagelse på DM i Skills 2019.....	15
Henvendelse fra Rasmus Lund-Sørensen om en sag på dagsorden.....	16
Budget og regnskab for Koldings Arbejdsmarkedsråd.....	17
Nyt fra medlemmerne.....	18
Nyt fra forvaltningen.....	19

# **Punkt 1: Temadrøftelse - Kolding Kommunes målsætning om flere unge på erhvervsuddannelserne**

15/12505

## **Resumé**

Arbejdsmarkedsudvalget og Børne- og Uddannelsesudvalget har besluttet en ny målsætning om, at mindst 30% af en ungdomsårgang skal søge en erhvervsuddannelse efter grundskolen i 2025, og at i 2025 skal 30% af de unge i kommunen også have gennemført en erhvervsuddannelse.

Kolding Kommune har et samlet fokus på at hjælpe de unge videre i job og uddannelse, og her er samarbejdet med eksterne parter central for at lykkes med det, og sikre en rød tråd i arbejdet for at få flere unge i gang med en erhvervsuddannelse.

På mødet vil Ungechef, Søren Bork Hansen, holde et oplæg for at få input fra medlemmerne i det videre arbejde. Herunder hvordan erfaringer fra Horsens Kommune kan bruges som inspiration til det videre arbejde.

## **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

## **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at rådet drøfter oplægget og kommer med input til det videre arbejde.

## **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Punktet blev drøftet.

## Punkt 2: Voksenlæringekampagne 2019

19/25227

### Resumé

Børne-, Uddannelses - Arbejdsmarkedsforvaltningen har udarbejdet et forslag til en kampagne, som rådet skal drøfte og tage stilling til.

Forslaget indeholder:

- Bred markedsføring via avisannoncer, Kolding.dk, LinkedIn og jobcentrets Facebookside
- Specifik markedsføring målrettet udvalgte brancher med mangel på arbejdskraft
- Direkte dialog og håndholdt indsats for ledige i målgruppen for voksenlære.

### Sagen behandles i

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### Forslag

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at Koldings Arbejdsmarkedsråd drøfter forslaget til en voksenlæringekampagne, og

at der afsættes et beløb på kr. 15.000,- til kampagnen.

### Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019

Formanden for Koldings Arbejdsmarkedsråd godkendte, at der afsættes det ansøgte beløb til kampagnen (jf. forretningsorden § 11, stk. 4). Kampagnerne skal koordineres med den kampagne for voksenlærlinge, som STAR og fagbevægelserne står bag.

### Sagsfremstilling

Koldings Arbejdsmarkedsråd og Arbejdsmarkedsudvalget har fokus på behovet for at skaffe virksomhederne velkvalificeret arbejdskraft og sikre, at alle borgere får mulighed for at komme i job og uddannelse. For ufaglærte kan et forløb som voksenlærling være en mulighed for at bruge allerede tillærte færdigheder, samtidig med at de bliver opkvalificeret og får løn under uddannelse. For at gøre både virksomheder, medarbejdere og ledige opmærksomme på mulighederne ved et voksenlærlingeforløb foreslås det at igangsætte en informationskampagne i efteråret 2019.

#### *Flere voksenlærlinge i Kolding Kommune*

Formålet med kampagnen er, at gøre opmærksom på de muligheder, der ligger i voksenlærlingeordningen og de fordele, der er ved en faglært uddannelse. Hvis flere virksomheder vælger at ansætte en voksenlærling, og flere borgere vælger en erhvervsuddannelse - også som voksen - hæves det generelle uddannelsesniveau i Kolding Kommune. Det betyder et skridt nærmere på at kunne opfylde efterspørgslen på faglært arbejdskraft.

Kampagnen skal derfor henvende sig til både borgere og virksomheder. I forhold til virksomhederne skal budskabet centreret omkring de gevinster, de kan høste – fleksibiliteten i ordningen, økonomien, mulighed for merit og fordelen ved faglært arbejdskraft.

Over for borgerne rettes fokus mod den højere livsindkomst som faglært og hvordan uddannelse øger den personlige markedsværdi på jobmarkedet. Erhvervslivet mangler faglært arbejdskraft, så en læreplads kan være en hurtig vej til beskæftigelse og bedre løn.

#### *Det brede budskab og den håndholdte indsats*

For at nå bredest muligt ud til både virksomheder og borgere i Kolding Kommune, markedsføres voksenlærlingeordningen via annoncer i Kolding Ugeavis og på Kolding.dk. På LinkedIn promoveres desuden annoncer målrettet virksomhederne, mens annoncer målrettet borgerne boostes via jobcentrets Facebookside.

Mens det brede kampagnefremstød kan have en effekt på den lange bane, viser erfaringer fra tidligere kampagner og initiativer, at den største effekt på den korte bane, er en tættere og mere håndholdt indsats. Kampagnen skal derfor, sideløbende med de brede annoncer, tage udgangspunkt i håndholdte match mellem de enkelte borgere og udvalgte virksomheder inden for brancher med gode jobmuligheder.

### *Specifikke brancher og borgere i centrum*

Den direkte formidling til virksomhederne rettes mod udvalgte brancher med mangel på arbejdskraft. Under konsulenternes besøg i de pågældende virksomheder, har de konkret informationsmateriale med under armen, og går i dialog om voksenlærlinge som en mulighed for at få den nødvendige kvalificerede arbejdskraft. Interesserede arbejdsgivere bliver forelagt relevante CV, så de med det samme kan forholde sig til mulige kandidater, og kontakten mellem ledige og virksomhed etableres hurtigt.

Fokus vil især være inden for industri, håndværk samt gastronomi. Kolding har udråbt sig som konferenceby, så for at imødekomme efterspørgslen på kokke og tjenere, sættes der særligt fokus på disse brancher.

### *Økonomi*

I 2018 bevilgede Koldings Arbejdsmarkedsråd kr. 75.000,- til en voksenlærlingekampagne. Størstedelen af pengene blev brugt til at etablere et kampagnesite og markedsføringsmateriale. Desuden blev der brugt et mindre beløb på indrykning af annoncer i aviser. Resultatet af kampagnen blev 11 ledige, som gik i gang med et voksenlærlingeforløb og fortsat er under uddannelse.

Der lægges op til at genbruge skabelonerne fra kampagnen fra 2018, og kampagnen i 2019 vil derfor kunne gennemføres for et beløb på kr. 15.000,- kr., som skal bruges til opsætning af ny tekst i skabelonerne og indrykning af nye annoncer.

## **Punkt 3: Ansøgning om finansiering af tre kampagner efteråret 2019 og vinteren 2020**

19/16107

### **Resumé**

På Koldings Arbejdsmarkedsråds møde i juni 2019 blev det besluttet at iværksætte tre kampagner for at skabe yderligere opmærksomhed omkring Ny Mesterlære, uddannelser på Social- og Sundhedsskolen eller en fremtid inden for metal, byggeri og industri.

Nedenfor skitseres rammer og budget for tre kampagner, der skal foregå efterår/vinter 2019/2020:

Kampagne 1: Ny Mesterlære

Kampagne 2: Afklaring af muligheden inden for metal, byggeri og industri

Kampagne 3: Uddannelser på Social- og Sundhedsskolen.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at Koldings Arbejdsmarkedsråd drøfter de tre udkast til kampagner, og

at rådet beslutter at bevilge kr. 48.000,- til udførelse af kampagnerne.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Formanden for Koldings Arbejdsmarkedsråd godkendte, at der afsættes det ansøgte beløb til kampagner (jf. forretningsorden § 11, stk. 4).

### **Sagsfremstilling**

På Koldings Arbejdsmarkedsråds møde i juni 2019 blev det besluttet at iværksætte tre kampagner for at skabe yderligere opmærksomhed omkring Ny Mesterlære, uddannelser på Social- og Sundhedsskolen eller en fremtid inden for metal, byggeri og industri.

Nedenfor skitseres rammer og budget for tre kampagner, der skal foregå efterår/vinter 2019/2020:

Kampagne 1: Ny Mesterlære

Kampagne 2: Afklaring af muligheden inden for metal, byggeri og industri

Kampagne 3: Uddannelser på Social- og Sundhedsskolen.

#### *Kampagne 1: Ny mesterlære*

I et samarbejde med Jobcenter Vejen, UU Kolding, UU Vejen, HANSENBERG og IBC er det lykkedes at etablere 50 ny Ny Meterlæreaftaler.

For at kunne bevare momentum og en fortsættelse af de gode resultater vil en intensiv kampagne i Kolding Kommune målrettet virksomhederne kunne forøge kendskabet og sikre en fortsat implementeringen af best practice i forvaltningen.

Kampagnen består af flg. elementer:

#### *Målgruppen*

Alle borger i alle aldersgrupper som er ufaglærte eller ikke har den uddannelsesmæssige rette baggrund til at kunne komme direkte i et uddannelsesforløb.

#### *Afklaringsforløb for målgruppen*

10-12 deltagere på et 4 ugers afklaringsforløb. Formålet med et afklaringsforløb er at skabe en øget bevidsthed hos deltagerne om egne muligheder for uddannelse gennem arbejde med blandt andet personlige og faglige kompetencer, egne drømme og mål og personprofil.

Produktet, som deltagerne står med efter uge 1 er en individuel handleplan, som vil være udgangspunkt for de næste ugers praktik inden for den valgte branche. Uge 2-4 er virksomhedspraktik for at matche Ny Mesterlærekandidater med

virksomheder for efterfølgende indgåelse af uddannelsesaftale.

- *Virksomhedsbesøg og netværksmøder*

Virksomheder, som konkret står og mangler lærlinge, vil blive inviteret til enkelte arrangementer, som gennemføres i tæt samarbejde med relevante uddannelsesinstitutioner.

Uddannelsesinstitutionerne er blandt andet med til at afgøre, hvilken type arrangement, der giver mest mening for den konkrete branche og virksomheder.

Afholdes der jobdate, foregår det på uddannelsesinstitutionen, så kandidaterne både får mulighed for at møde virksomhederne og opleve de fysiske rammer på skolen.

Ved virksomhedsbesøg transporteres kandidaterne rundt til virksomhederne, hvor de får mulighed for at se deres potentielt kommende arbejdsplads, møde kolleger og opleve faget i praksis.

- *Netværksmøder*

Uddannelseskonsulenterne og virksomhedskonsulenterne deltager i relevante netværksmøder hvor formålet er at udbrede kendskabet til Ny Mesterlære ordningen.

- *Markedsføring*

Sideløbende med den håndholdte indsats markedsføres ordningen via LinkedIn (køb af annonceplads), facebook siden ”Stig på” og Kolding.dk. Produktet skal være 2-4 case historier/videor fra virksomheder og tidligere elever.

Jobcentrets virksomhedskonsulenter er i dialog med virksomhederne om ordningen og uddeler informativt materiale, når de i forvejen besøger den enkelte virksomhed – fokus er særligt på brancher, der mangler arbejdskraft.

### *Tidsplan efterår 2019*

- Afklaringsforløb: september og december
- Varighed: 4 uger
- Deltagere: 10 – 12 deltagere.

Kampagnen vil forløbe hen over september til december 2019, hvor jobcentret vil samarbejde med AMU Syd, IBC og HANSENBERG omkring at arrangere virksomhedsbesøg og virksomhedspraktikker for deltagerne. Undervejs i perioden vil der foregå annoncering på Kolding.dk, facebook siden ”Stig på” og LinkedIn, hvor informationen er målrettet enten virksomheder eller borgere. Der ansøges om 28.000,- kr.

### *Kampagne 2: Afklaring af muligheden inden for metal, byggeri og industri*

Metal-, byggeri- og industribranchen mangler hænder. For at imødekomme den manglende arbejdskraft vil der ske et samarbejde med uddannelsesinstitutionerne om at tilrettelægge forløb for ledige, hvor de er ude og prøve kræfter som smed, svejser, industritekniker, plastmager, teknisk isolatør, struktør, VVS m.m. En del af forløbet er individuel kompetenceafklaring og handleplaner.

For at øge opmærksomheden over for virksomhederne vil en målrettet kampagne kunne være med til at styrke kendskabet og samarbejdet med virksomhederne og til at give et stærkere samarbejde om opkvalificering af manglende arbejdskraft og derved trædesten til uddannelse.

### *Kampagnen består af flg. elementer:*

- *Målgruppen*

Jobparate ledige og kontanthjælpsmodtagere der kan varetage et nærmere beskrevet job eller gå i voksenlære, ordinær uddannelsesforløb eller Ny Mesterlære.

- *Præ-forløb*

Seks dages brancherettet forløb inden for brancher hvor der er flaskehalsudfordringer. Forløbet indeholder to dages praktik på uddannelsesinstitutionen inden for faget, to dage med virksomhedsbesøg og to dage med individuelle handleplaner.

Der skal være mellem 12-16 deltagere pr. forløb.

- *Dialog med virksomhederne*

Det er centralt med en tæt dialog og kontakt med virksomhederne for at kunne sikre det rigtige match mellem arbejdsgiver og den kommende medarbejder. Desuden at have en klar forventningsafstemning til ny medarbejder og udvikling af faglige kompetencer.

- Virksomhederne kontaktes via besøg eller indkaldes til et informationsmøde, hvor behov afdækkes og specificeres ifht. kvalifikationer og kompetencer
- Opkvalificeringsforløb bliver iværksat isamarbejde med uddannelsesinstitution.

- *STAR og arbejdsmarkedets parter*

Jobcentret har et tæt samarbejde med STAR og arbejdsmarkedets parter for at sikre et præcist overblik over det reelle behov for opkvalificering, og at der vil være virksomheder, som kan aftage de ledige, når de er opkvalificeret.

- *Markedsføring*

Sideløbende med den håndholdte indsats markedsføres ordningen med informativt materiale, hvor indhold og tidsplan er beskrevet.

Der markedsføres via facebooksideen ”Stig på”, LinkedIn samt på Kolding.dk. Derudover udarbejdes der pressemeddelelser til aviserne og TV syd før, under og efter hvert forløb.

### *Tidsplan for efterår 2019 – vinter 2020*

- September 2019 til februar 2020
- Branche
  - Metal (smed og svejser)
  - Byggebranchen (specialarbejder)
  - Industrien (industrioperatør)
- Aktivitet: Alle deltagere kommer igennem et præforløb, der arrangeres jobdating hvor de møder virksomheder og der arrangeres virksomhedspraktikker som start på forløbet og afklaringen.

### *Økonomi*

Der ansøges om kr. 20.000, som en delvis finansiering af kampagnen.

### *Kampagne 3: Uddannelser på Social- og Sundhedsskolen*

Kampagnen skal fortælle de ledige om mulighederne inden for uddannelserne til social- og sundhedsassistent eller -hjælper. Der er et behov for øget opmærksomhed for begge uddannelser, da der er mangel på arbejdskraft. Desuden er der ufaglærte ledige, der har behov for at se mulighederne inden for fagene.

Fokus i kampagnen rettes mod den højere livsindkomst som faglært, og hvordan uddannelse øger den personlige markedsværdi på jobmarkedet. Social- og sundhedsområdet mangler faglært arbejdskraft, så uddannelsen til social- og sundhedsassistent eller -hjælper kan være en hurtig vej til beskæftigelse og bedre løn.

### *Det brede budskab:*

- Markedsføring af uddannelsen via annoncer på infoskærme på alle jobcentres adresser. Opslag på ”Stig på” - Facebookside med ledige der har taget uddannelsen.
- Rollup til alle jobcentres adresser

- Pjecen/ flyer vil indholde faktaboks med løninformationer, vejen gennem uddannelsen. Tekster og materialer udarbejdes i samarbejde med FOA, og skal udleveres på møder med de ledige.

*Håndholdt indsats:*

- Screening af jobcentres ledige
- Inspirationsture til SOSU skolen samt plejecentre
- Virksomhedspraktik og løntilskud.

Kampagnen bliver gennemført vinteren/foråret 2020, og rådet vil blive søgt om midler på årets første møde i februar måned.

## **Punkt 4: Orientering om Messe for uddannelse og fritidsjob 1. oktober 2019**

19/14692

### **Resumé**

Tirsdag d. 1. oktober 2019 afholdes der Messe for uddannelse og fritidsjob på HANSENBERG. Det foregår på deres afdeling, Organia, på Vranderupvej. De inviterede er unge ledige samt 8., 9. og 10. klasses elever fra alle skolerne i kommunen.

At få en uddannelse og et fritidsjob bliver omdrejningspunktet i messen for de unge, og uddannelsesinstitutionerne vil præsentere deltagerne for de mange forskellige muligheder og retninger, der særligt er inden for erhvervsuddannelserne.

På messen kan de unge møde blandt andet UU, Ungdomsskolen, Ungekontakten, IBC, EUC Syd, AMU Syd og HANSENBERG. Der inviteres også lokale virksomheder, der søger ungarbejdere eller elever og lærlinge, og de unge får mulighed for at gå derfra med en jobsamtale på hånden.

Der arrangeres bustransport for alle eleverne og de unge ledige, som køres t/r fra deres skole eller jobcentret på Dieselvej.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at Koldings Arbejdsmarkedsråd tager orienteringen til efterretning.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Orienteringen blev taget til efterretning.

### **Bilag**

Invitation til Messe for uddannelse og fritidsjob 2019 - virksomheder.pdf

Invitation til Messe for uddannelse og fritidsjob 2019 - unge.pdf

## **Punkt 5: Ansøgning om bevilling af transport**

19/14692

### **Resumé**

Tirsdag den 1. oktober 2019 afholdes der Messe for uddannelse og fritidsjob på HANSENBERG. De inviterede er unge ledige samt 8., 9. og 10. klasses elever fra alle skolerne i kommunen og eleverne fra FGU.

At få en uddannelse og et fritidsjob bliver omdrejningspunktet i messen for de unge, og uddannelsesinstitutioner vil præsentere deltagerne for de mange forskellige muligheder og retninger, der særligt er inden for erhvervsuddannelserne. Der vil også være virksomheder tilstede, som har ledige job og elevpladser med.

Alle deltagerne bliver kørt i busser fra deres skoler og retur igen. Tilsvarende bliver de unge ledige hentet på jobcentret på Dieselvej.

Koldings Arbejdsmarkedsråd har tidligere bevilget 165.000,- til afholdelse af arrangementet. Det har dog vist sig, at udgifterne til transport af deltagerne bliver højere end estimeret, og der ansøges derfor om yderligere kr. 32.000,-.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at rådet bevilger de ansøgte midler til afholdelse af Messe for uddannelse og fritidsjob.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Formanden for Koldings Arbejdsmarkedsråd godkendte, at der afsættes det ansøgte beløb til bevilling af transport til messen (jf. forretningsorden § 11, stk. 4).

## Punkt 6: Slutevaluering af Projekt Uddannelsesambassadør

16/21991

### Resumé

Arbejdsmarkedsudvalget og Koldings Arbejdsmarkedsråd har en ambition om, at flere ledige dagpengemodtagere skal løftes fra ufaglært til faglært, og i den forbindelse blev Projekt uddannelsesambassadør igangsat i starten af 2017. Projektet blev finansieret af puljemidler fra Styrelse for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), og en samlet slutevaluering for de 16 deltagende kommuner blev foretaget primo 2019.

Erfaringerne fra Kolding Kommune samt de øvrige kommuner gennemgås i sagen, sammen med læring fra forløbet og hvilke tiltag der er implementeret i jobcentret som fast praksis fremover.

#### *Overordnede konklusioner fra de 10 projekter*

Projektet har vist, at brugen af uddannelsesløft kan øges markant ved en fokuseret indsats. Samlet set har de 16 deltagende kommuner øget antallet af uddannelsesløft med 219% ift. resten af landet, hvor brugen af uddannelsesløft kun er øget med 41%.

#### *Læring og erfaringer fra Projekt Uddannelsesambassadør*

I projektperioden er der høstet forskellige erfaringer med projektet, som uddybes i sagen.

- *Motivation til uddannelsesløft*
- *Uddannelse i starten af ledighedsperioden*
- *Økonomi*
- *Formidling fra uddannelsesambassadør til jobrådgiver*
- *Et fælles fokus for medarbejdere og ledelse*
- *Uddannelsesløft er en tværgående opgave.*

### Sagen behandles i

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### Forslag

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at Koldings Arbejdsmarkedsråd drøfter resultaterne fra projektet med uddannelsesambassadører.

### Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019

Resultaterne blev drøftet.

### Sagsfremstilling

Arbejdsmarkedsudvalget og Koldings Arbejdsmarkedsråd har en ambition om, at flere ledige dagpengemodtagere skal løftes fra ufaglært til faglært, og i den forbindelse blev Projekt uddannelsesambassadør igangsat i starten af 2017. Projektet blev finansieret af puljemidler fra Styrelse for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR) og sluttede ved udgangen af 2018, hvor en samlet slutevaluering for de 16 deltagende kommuner blev foretaget primo 2019.

Erfaringerne fra Kolding Kommune samt de øvrige kommuner gennemgås i sagen, sammen med læring fra forløbet og hvilke tiltag der er implementeret i jobcentret som fast praksis fremover.

#### *Målsætning og resultater*

STAR igangsatte projektet med en ambition om at øge brugen af uddannelsesløft i kommunerne og opnå, at flere ledige dagpengemodtagere fik et uddannelsesløft, blev faglærte og kom i varig beskæftigelse. Der blev startet 10 projekter op fordelt på 16 kommuner. Projektet var et implementeringsprojekt, så et delformål var desuden, at erfaringerne skal forankres som fast fremtidig praksis i de deltagende kommuner. Det betyder, at andelen af borgere, der går fra at være ufaglært til at være faglært, fortsat skal stige, og uddannelsesløft bliver en central del af et ledighedsforløb.

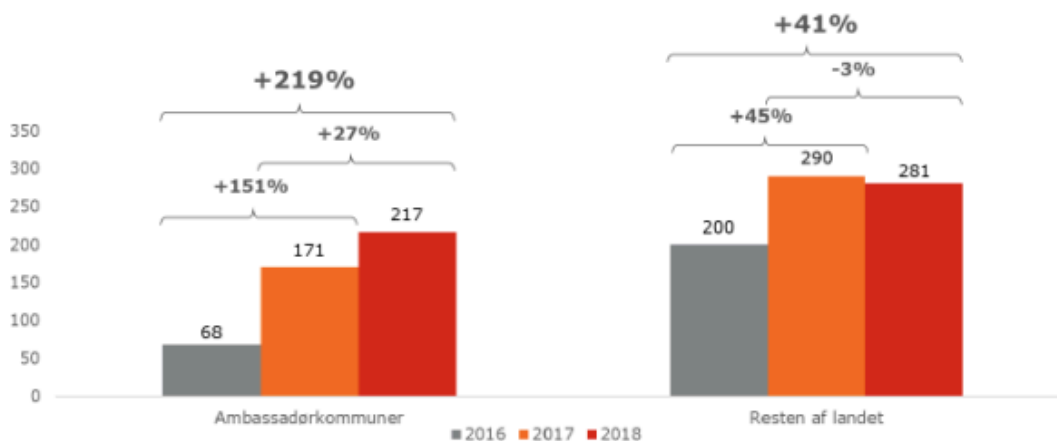
Ved opstart af projektet blev der besluttet en målsætning om, at i Kolding Kommune skulle 30 borgere begynde et uddannelsesløft i 2017 og yderligere 60 borgere i 2018. Et par måneder inde i projektperioden valgte flere af kommunerne at nedjustere disse tal, da opstarten af projektet var længere tid undervejs end forventet. Det krævede flere ressourcer at etablere enhederne med uddannelsesambassadørerne, producere materialer og definere nye arbejdsgange end forventet,

før det reelle arbejde med borgerne for alvor kom i gang. Kolding Kommune valgte at holde fast i de besluttede målsætninger. Ved projektets afslutning havde 52 borgere gennemført et uddannelsesløft eller var i gang med et.

#### Overordnede konklusioner fra de 10 projekter

Projektet har vist, at brugen af uddannelsesløft kan øges markant ved en fokuseret indsats. Samlet set har de 16 deltagende kommuner øget antallet af uddannelsesløft med 219% ift. resten af landet, hvor brugen af uddannelsesløft kun er øget med 41%.

Figur 3: Påbegyndte uddannelsesløft – ambassadør kommuner sammenlignet med resten af landet



Kilde: Særkørsel på baggrund af de kommunale sagsbehandlingssystemer.  
Anm.: Procentvis ændring fra 2016-2017, 2017-2018 og 2016-2018.

#### Aktiviteter og indsatser undervejs i projektet

Der har været igangsat en række forskellige tiltag for at opfylde målsætningen:

- Fokus på en tidlig indsats for at nå et uddannelsesløft inden for dagpengeperioden
- Inspirationsture til uddannelsesinstitutioner, hvor ledige deltog sammen med jobrådgivere
- Sparringsamtaler med jobrådgivere omkring de borgere, de har tilknyttet
- Oplæg for ledige
- Oplæg for jobrådgivere omkring mulighederne ved uddannelsesløftordningen, RKV (realkompetencevurdering), CV og uddannelser.

#### Læring og erfaringer fra Projekt Uddannelsesambassadør

I projektperioden er der høstet forskellige erfaringer med projektet, som gennemgås nedenfor:

- *Motivation til uddannelsesløft:* en del borgere har ikke kunnet se uddannelse som en gavnlig vej ud af deres ledighed. Enten fordi de ikke så grund til at skifte branche, fordi de så ledigheden som en kortvarig og forbigående periode, eller fordi ikke kunne se uddannelse som en mulighed f.eks. pga. økonomi.
- *Uddannelse i starten af ledighedsperioden:* For at kunne nå et reelt uddannelsesforløb har det været vigtigt, at den ledige kom i gang så hurtigt som muligt i sin ledighedsperiode. Når der samtidig har skulle arbejdes med motivationen for at begynde på uddannelse, har det været en udfordring at nå inden for ledighedsperioden.
- *Økonomi:* Det har været en mulighed at optage et supplerende lån undervejs i et uddannelsesforløb, men ikke mange borgere har gjort brug af denne mulighed. De økonomiske muligheder har ikke været attraktive nok, set i forhold til målet om igen at komme i arbejde inden for samme fag, som tidligere og oppebære den samme indkomst.
- *Formidling fra uddannelsesambassadør til jobrådgiver:* internt i organisationen har der også været udfordringer i form af at nå ud til jobrådgiverne med information omkring de nye muligheder for at tænke uddannelse og opkvalificering ind i ledighedsperioden som dagpengemodtager.
- *Et fælles fokus for medarbejdere og ledelse:* Arbejdet med Projekt Uddannelsesambassadør har været et kulturprojekt med et skifte i tilgang til ledighed og valg af redskaber og muligheder for at komme i job igen. Det

kræver ledelsesmæssig tilstedeværelse at sikre succes med det, så det har vist sig ikke kun at være en opgave for jobrådgiverne, men i lige så høj grad for lederne ude i organisationen. Og der er behov for et fortsat fokus for at sikre de gode resultater fortsætter.

- *Uddannelsesløft er en tværgående opgave:* Projektet har også givet den erfaring, at arbejdet med området kræver et stærkt og tæt samarbejde mellem jobcentret, a-kasserne og de forskellige uddannelsesinstitutioner. Dette handler både om kapacitet, information og en fælles vilje og fleksibilitet til at få tingene til at lykkes. Undervejs i forløbet viste det sig også, at denne treenighed havde brug for en fjerde part – nemlig virksomhederne – for at sikre de rigtige uddannelsesvalg og korrekt opkvalificering. Denne erfaring anbefales det, at man prioriterer højt i det videre arbejde.

Opsummerende er en del af startvanskelighederne ved projektet overstået ved, at kollegerne, der møder de ledige dagpengemodtagere, nu er langt bedre klædt på til at tale uddannelse med borgerne, allerede når de møder dem første gang. Det betyder, at den dagsorden bliver adresseret med det samme, så et forløb kan sættes i gang så hurtigt som muligt.

#### *Implementeret som fast praksis fremover i jobcentret*

Et langsitet succeskriterie for projektet var, at der skulle komme et større fokus på uddannelse og opkvalificering for de ledige og dermed også et uddannelsesløft. Denne målsætning er nået, idet medarbejderne på tværs af jobcentret, og i særdeleshed de jobrådgivere, der er tilknyttet dagpengemodtagerne, nu har et langt større fokus på tidlig uddannelse og opkvalificering.

Den faglige viden og erfaringerne fra projektet er blevet en fast del af arbejdsgangene, når jobrådgiverne nu møder ledige dagpengemodtagere uden uddannelse.

## **Bilag**

Oversigt uddannelsesløft og benchmark pr. 19. sept. 2019.pdf

## **Punkt 7: Status på deltagelse på DM i Skills 2019**

18/35094

### **Resumé**

I Kolding Kommune har både Arbejdsmarkedsudvalget og Koldings Arbejdsmarkedsråd stort fokus på, at endnu flere unge skal have en faglært uddannelse.

Et tilbagevendende arrangement er DM i Skills, som i 2019 blev afholdt i Næstved d. 4. – 6. april. Lige som i de tidligere år valgte Koldings Arbejdsmarkedsråd på deres møde i december 2018 at bevilge penge til busser, der skulle køre eleverne afsted til arrangementet.

Næsten alle folkeskoler i Kolding havde meldt elever fra de ældste klasser til og sammen med eleverne fra FGU deltog der 137 elever. Desuden deltog 23 unge fra Legeparken og Connect.

Der var afsat 3½ time til at gå rundt og se de forskellige aktiviteter og prøve kræfter med forskellige fag. Deltagerne fik svar på mange spørgsmål, blev klogere på den videre vej og fik både be- og afkræftet ideer om forskellige uddannelser og job.

Der endte med at blive betalt kr. 20.000,- til transport af eleverne i busser.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at Koldings Arbejdsmarkedsråd tager orienteringen til efterretning.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Orienteringen blev taget til efterretning.

## **Punkt 8: Henvendelse fra Rasmus Lund-Sørensen om en sag på dagsorden**

19/26658

### **Resumé**

Medlem af Koldings Arbejdsmarkedsråd, Rasmus Lund-Sørensen (DH) har d. 17. september 2019 henvendt sig for at få et punkt på dagsordenen.

Dansk Handicaporganisation udtrykker bekymring for konsekvenserne af reduktionerne på beskæftigelsesområdet.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at rådet drøfter henvendelsen.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Punktet blev udsat til næste møde, da rådsmedlemmet ikke var til stede.

### **Sagsfremstilling**

Medlem af Koldings Arbejdsmarkedsråd, Rasmus Lund-Sørensen (DH) har d. 17. september 2019 henvendt sig for at få et punkt på dagsordenen.

”Vedr. bebudede besparelser på Jobcenter.

DH Kolding ser med bekymring på de tiltag Jobcenter Kolding vil tage ved at skære ned på hjælpen til bl.a. syge og handicappede.

Vores unge vil blive ramt hårdt af de nedskæringer. Mange af dem skal have hjælp til at komme ind på arbejdsmarkedet. De vil f.eks. ikke selv kunne skrive deres CV. De kan ikke selv gå ud og opsøge firmaerne. De vil blive ramt endnu hårdere, end de er nu. Unge autister i ressourceforløb eller på fleksydelse kan ikke selv magte at komme videre. Som det er nu, hvor en del af dem har været på ressourceforløb eller fleksydelse, har de stået i venteposition i over 10 år, hvis der bliver skåret ned på ressourcerne og hjælpen i jobcentret, kan de risikere, at der vil gå endnu længere tid, inden de måske kan komme ud på arbejdsmarkedet.

Stress, angst og depression følger ofte en autismediagnose, at lukke aktiveringsindsatsen på det område vil ramme rigtig mange af vore autister med alvorlige konsekvenser.

Brobygningsforløb i forbindelse med uddannelse skal også ophøre, det ser vi også på med bekymring.

Det hænger ikke sammen med den strategi Kolding Kommune kører, Selvværd og Sammenhæng.

Det rummelige arbejdsmarked, hvor er det?”

## **Punkt 9: Budget og regnskab for Koldings Arbejdsmarkedsråd**

18/1091

### **Resumé**

Orientering om Koldings Arbejdsmarkedsråds budget og regnskab pr. 30. august 2019.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at orienteringen godkendes.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Formanden for Koldings Arbejdsmarkedsråd godkendte budget og regnskab (jf. forretningsorden § 11, stk. 4).

### **Bilag**

Budget og regnskab til møde den 26. september 2019

## **Punkt 10: Nyt fra medlemmerne**

18/1065

### **Resumé**

For at sikre en maksimal inddragelse af Koldings Arbejdsmarkedsråds baglande, orienterer rådets medlemmer på mødet om nyt fra deres organisationer.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at orienteringen tages til efterretning.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Orienteringen blev taget til efterretning.

## **Punkt 11: Nyt fra forvaltningen**

18/1065

### **Resumé**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren vil på mødet give en orientering om nyt fra forvaltningen.

### **Sagen behandles i**

Koldings Arbejdsmarkedsråd.

### **Forslag**

Børne-, Uddannelses- og Arbejdsmarkedsdirektøren indstiller,

at orienteringen tages til efterretning.

### **Beslutning Koldings Arbejdsmarkedsråd den 26-09-2019**

Orienteringen blev taget til efterretning.

### **Bilag**

Praktikker, voksenlærlinge, løntilskud og IGU september 2019.pdf

aftaletekst\_forenklet\_beskæftigelseslov\_2019.pdf

Det lokale erhvervsklima 2019.pdf

Dagsordenpunkt Status på arbejdsmarkedsområde 20.09.19

Bilag, Ledelsesinformation, del 2, september 19

Dagsordenpunkt Status på integrationsområdet, 20.09.2019

Bilag til dagsordenpunkt, status på integrationsområdet september19