

# KOMMUNEN

- DEN SJÄLVKLARA ARBETSGIVAREN FÖR UNGA

Traineeprogrammet Skåne Nordväst 2011 - 2012



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INTRODUKTION .....	3
2. INLEDNING .....	4
3. METOD .....	5
3.1 Övningarna .....	5
3.1.1 Linjen.....	5
3.1.2 Bollarna i skålen .....	5
3.1.3 Kreativa hörnan .....	6
3.1.4 Förväntningar och rädslor .....	6
3.2 Referensgruppsmöten .....	6
3.3 Reflektion kring metoden och vidare analys .....	6
4. SRATEGINS FYRA FOKUSOMRÅDEN.....	8
4.1 Kunskap om kommunen .....	8
4.2 Den goda arbetsplatsen .....	9
4.2.1 Fysisk arbetsplats.....	9
4.2.2 Psykosocial arbetsplats .....	9
4.2.3 Kollegor .....	9
4.2.4 Chef .....	9
4.3 Framtiden och arbetslivet .....	9
4.3.1 Att känna engagemang .....	10
4.3.2 Lön .....	10
4.3.3 Att utvecklas i arbetet.....	10
4.3.4 Att känna trygghet.....	10
4.4 Kommunikation med målgruppen .....	10
4.4.1 Personliga möten.....	11
4.4.2 Internet .....	11
5. ÅTGÄRDER UTIFRÅN BEHOVSANALYSEN.....	12
5.1 Fler praoplatser till eleverna .....	12
5.2 Inför studiebesök.....	13
5.3 Utse yrkes- och kommunambassadörer .....	13
5.4 Möjliggör möten på Internet .....	14
5.5 Genomför informationskampanjer riktade mot målgruppen.....	14
6. AVSLUT .....	16
7. REFERENSER .....	17
BILAGA 1 .....	18
BILAGA 2 .....	24
BILAGA 3 .....	28
BILAGA 4 .....	30

## 1. INTRODUKTION

På beställning av de tio kommuncheferna i Skåne Nordväst har vi utvecklat en framtidsstrategi för kommunen som attraktiv arbetsgivare för unga i åldern 13-15 år. För att genomföra denna projektbeställning valde vi att gå ut ur våra kommunhus och prata med våra framtida medarbetare. Under hösten 2011 började vi i traineeprogrammet Skåne Nordväst en resa som bland annat skulle resultera i personliga möten med omkring 800 högstadieelever i regionen. Kommunerna i nordvästra Skåne<sup>1</sup> samverkar i en rad frågor, däribland traineeprogrammet, och vi som skrivit denna strategi tillhör programmets sjätte omgången.

När vi gick in genom den första raden av skoldörrar var det som representanter för kommunen som vi satte oss i skolbänken. Vi ville lära oss något av de människor som är den offentliga sektorns framtid. **Vilka idéer och tankar bär de på? Vilka behov och lösningar ser de? Hur vill de mötas? Vad ska kommunen göra i dag för att välkomna de unga som framtidens medarbetare och hur kan vi lära av varandra?**

Vi kom nästan tomhänta till skolorna: några förutfattade meningar, påståenden och frågor till eleverna, tidningar, kriterior, klister, papper och några skålar med bollar i. Vi lämnade skolorna med betydligt mer och resultatet av detta kan ni läsa om i denna strategi.

Vi önskar rikta ett extra tack till de skolor och dess elever som gjorde det möjligt för oss att genomföra studien:

Jens Billeskolan, Bjuv  
Västervångskolan, Landskrona  
Snyggatorpsskolan, Klippan  
Strandängsskolan, Båstad  
Kungsskolan, Örskälljunga  
Kungsgårdsskolan, Ängelholm  
Hyllingeskolan, Åstorp  
Tornlyckeskolan, Höganäs  
Vittraskolan, Helsingborg

1. Består av Bjuv, Båstad, Helsingborg, Höganäs, Klippan, Landskrona, Svalöv, Åstorp, Ängelholm, Örskälljunga.

## 2. INLEDNING

Sveriges kommuner står inför betydande personalutmaningar. Den kommunala sektorn har allt svårare att rekrytera rätt kompetens och de kommande åren kommer att bestå av stora pensionsavgångar. Samtidigt ligger den privata sektorn steget före i arbetet med att profilera sig som attraktiva arbetsgivare vilket leder till ökad konkurrens om morgondagens medarbetare. Det är dessutom många unga idag som inte vet vilka karriärmöjligheter som finns inom den kommunala sektorn eller att kommunen är en stor arbetsgivare.

I skrivande stund arbetar *Sveriges kommuner och landsting* (SKL) på ett nationellt plan med kommunikationsprojektet *Sveriges viktigaste jobb* för att marknadsföra den offentliga sektorns yrken. Enskilda kommunala satsningar inom arbetsgivarprofilering är få vilket även gäller kommunerna i Skåne Nordväst. Här förekommer enskilda insatser som kan uppfattas som attraktivitetshöjande ur arbetsgivar synpunkt, men utan ett uttalat syfte att vara så. Vi har också hittat ett antal punktinsatser riktade till gymnasieelever och uppåt i åldrarna. Grundskoleelever tillhör dock en grupp som förbisetts i berättandet om hur det är att jobba i den offentliga sektorn.

Vår interna och externa behovsanalys pekar på vikten av att kommuner samarbetar för att få in unga på arbetsmarknaden, samt vikten av att tidigt skapa en relation med framtidens potentiella medarbetare. Den externa analysen pekar även på att den kommunala sektorn erbjuder flera av de faktorer som unga anser viktiga i ett drömjobb. Tyvärr är kunskapen om dessa faktorer och annan kunskap om offentliga arbetsgivare generellt låg och baserar sig i vissa fall på fördomar utan belägg. En satsning mot gruppen högstadieelever innebär ett långsiktigt och viktigt arbete i att skapa intresse för den kommunala sektorn som en potentiell framtida arbetsgivare.

Mot bakgrund av problembilden ovan beställde Skåne Nordvästs kommunchefs/- direktörsgrupp ett projekt som innebar att arbeta fram en strategi med syftet att på sikt stärka kommunens attraktivitet som arbetsgivare i åldersgruppen 13-15 år. Visionen är liksom namnet på denna strategi; *Kommunen – den självklara arbetsgivaren för unga*. Strategin sträcker sig fram till år 2020, då nuvarande högstadieelever trätt in på arbetsmarknaden.

Åtgärdsförslagen ska betraktas som enskilda delar av strategin där varje kommun kan välja de åtgärder som passar deras verksamhet bäst.

För en kort förklaring av projektet och åtgärderna se *Kommunen - den självklara arbetsgivaren för unga. Åtgärdsplanen*.

## 3. METOD

Innan vi påbörjade det operativa arbetet, som främst ligger till grund för strategins resultat, genomförde vi en intern och en extern inventering för att undersöka vilka insatser riktade mot vår målgrupp, 13-15 år, som redan har gjorts. Den interna inventeringen fokuserade på vad kommunerna i Skåne Nordväst har gjort och den externa inriktades på generella tendenser och axplock från övriga Sverige. Den senare hämtade exempel i rapporter från bland annat kommuner, landsting, stat, fack och näringsliv, medan den tidigare främst fokuserade på att ställa frågor till relevanta personer i respektive nordvästskånsk kommun. I båda fallen var det ont om konkreta exempel på strategier riktade mot gruppen högstadieelever. **Resultatet från den externa inventeringen visade framförallt på tre faktorer som ligger till grund för genomförandet av vårt projekt:**

- Att kommuner bör samarbeta mer för att attrahera unga till kommunal verksamhet.
- Att det är viktigt för arbetsgivare att tidigt skapa en relation med framtidens potentiella arbetstagare.
- Att kommuner måste bli bättre på att marknadsföra sig som attraktiva arbetsgivare.

Vi ville genomföra en undersökning där målgruppens behov stod i fokus. Vidare såg vi ett värde i att metoden för insamling av tankar och idéer byggde på dialog och personliga möten med strategins målgrupp och regionens högstadieelever. Det personliga mötet gjorde det även möjligt för oss att bemöta ungdomarnas tankar om kommunen. Genom att träffa målgruppen på deras hemmaplan i skolan kunde vi visa en offentlig och tillmötesgående sida av de kommuner vi representerade. Vår närvaro under besöken, tillika kommunens närvaro, kan därför både ses som en metod för att samla in material till strategin och som en del av genomförandet av strategin.

Ett skolbesök per kommun var möjligt inom ramen för projektets resurser. För att täcka in hela målgruppens tankar och idéer träffade vi elever från samtliga årskurser på högstadiet. Genom att besöka en skola per kommun fick vi också ett regionövergripande material samt möjlighet att träffa ett stort antal elever. Under april och maj månad 2012 besökte vi nio skolor i nio av de tio nordvästskånska kommunerna, då Svalöv inte hade möjlighet att medverka.

Vi ville att vårt möte med eleverna, och således även elevernas möte med kommunen, skulle vara roligt. Vi tog därför fram en metod för materialinsamling i form av en workshop innehållande fyra olika övningar benämnda; *Linjen*, *Bollarna i skålen*, *Kreativa hörnan* samt *Förväntningar och rädslor* som presenteras nedan. Respektive grupp med elever fick delta i två till tre övningar. Samtliga workshops dokumenterades noggrant av två till tre personer från traineegruppen utifrån ett dokumentationsschema som vi tagit fram (se bilaga 1).

### 3.1 Övningarna

Här följer en beskrivning av övningarna som vi genomförde med eleverna.

#### 3.1.1 Linjen

Vad tänker en högstadieelev på när de hör någon prata om kommunen och dess verksamhet? Denna fråga ville vi att eleverna skulle hjälpa oss att besvara. *Linjen* var en värderingsövning där eleverna genom att placera sig till höger eller vänster i rummet fick ta ställning till olika påståenden om den kommunala verksamheten och kommunen som arbetsgivare. Vi berörde olika ämnen såsom huruvida det främst är äldre eller unga som arbetar i kommunen, om anställda tjänar lite eller mycket, om det går att arbeta som butiksbiträde eller med IT i kommunen. (för samtliga påståenden, se bilaga 1).

Vissa elever hade en klar uppfattning och tog snabbt ställning medan andra funderade en stund innan de gjorde sitt val. För att få mer ingående svar och fånga möjligheten till att minska negativa föreställningar om kommunen, förde vi efter varje påstående en diskussion med klassen om vad som låg bakom deras ställningstagande och hur det ser ut i verkligheten.

#### 3.1.2 Bollarna i skålen

Vi utvecklade ytterligare en värderingsövning med namnet *Bollarna i skålen*. Övningen gick ut på att målgruppen fick svara på påståenden om hur de ville få information om jobb, vilka kommunikationskanaler de tyckte var viktiga, hur de ville att deras framtida kollegor, chefer och arbete skulle vara etcetera (för samtliga påståenden, se bilaga 1). Varje elev fick tre kulor var att lägga i genomskinliga skålar som symboliserade olika alternativ. De lade två kulor i den skål som stämde bäst överens med deras egen preferens och en kula i den skål som stämde näst bäst. På så vis kunde alla

se vilka alternativ bland de olika påståenden som vägde tyngst i aktuell grupp. I likhet med *Linjen* ställde vi följdfrågor och diskuterade varje fråga för att öka förståelsen för vad målgruppens svar innebar i realiteten.

### 3.1.3 Kreativa hörnan

För att tillvarata elevernas kreativitet och ge dem möjlighet att uttrycka sig utan att behöva formulera det i tal, genomförde vi en övning som vi kallade *Kreativa hörnan*. Eleverna satte sig i grupper runt ett stort block men fick uttrycka sig individuellt. Utifrån dagstidningar, veckotidningar, magasin och reklamblad som vi tagit med oss fick de rita, skriva, klippa och klistra hur de föreställde sig sin framtida arbetsplats och arbetsliv. Övningen möjliggjorde för de elever som var lite blygare att dela med sig av sina tankar. Vi som övningsledare passade samtidigt på att gå emellan grupperna av elever och prata med vissa av dem individuellt, antingen om det som de uttryckte via sina kreativa verk, eller om sådant som kommit på tal under tiden eller tidigare övningar. Dokumenterarna fångade upp samtal och citat även under denna övning.

Efter övningen visade vi resultatet och frågade eleverna vad de tyckte om detta. Syftet var att ta del av hur de hade tänkt i den kreativa processen. För ett exempel på hur resultatet från en kreativ hörna kunde se ut, se bilaga 1.

### 3.1.4 Förväntningar och rädslor

Vi ville även ha en övning som bjöd in till kreativitet och öppenhet men som resulterade i mer konkreta svar i form av ord. Övningen *Förväntningar och rädslor* innebar att vi delade in klasserna i smågrupper som tillsammans fick prata om vad de förväntade sig samt vad de kände för oro inför ett framtida arbetsliv. Eleverna formulerade sina tankar till enskilda ord på post-it-lappar. Varje smågrupp hade en trainee som övningsledare och en som dokumenterade. Dessa hjälpte eleverna framåt genom att exempelvis be dem fundera över erfarenheter från PRAO eller ett besök på föräldrarnas jobb. Kanske fanns det något där som hade gett positiva eller negativa intryck och som kunde påverka deras bild av sin framtida arbetsplats?

I slutet sammanställde vi lapparna på en tavla för att se vilka tankar som dominerade och pratade sedan om resultatet med klassen. Post-it-lapparna sparades från varje besök och möjliggjorde en sammanställning av de ord som förekommit i respektive klass på respektive skola.

### 3.2 Referensgruppsmöten

För att säkerställa vårt resultat och få värdefulla tankar från berörda personer utanför vår projektgrupp har vi genomfört referensgruppsmöten. Syftet med dessa var främst att inhämta kunskap och kompetens från grupper som kommer att beröras av strategin, antingen genom att åtgärderna riktas mot dem eller att de kommer att arbeta med åtgärderna när strategin har presenterats. Vi såg fyra potentiella grupper; ungdomar, studie- och yrkesvägledare, tjänstemän och politiker. Sammanlagt blev det fyra möten; ungdomsfullmäktige i Bjuvs kommun, kommunstyrelsen i Örkelljunga kommun, studie- och yrkesvägledare och gymnasiektorer i Ängelholms kommun samt grundskolektorer i Ängelholms kommun. I mötet med dessa ville vi främst få synpunkter på våra åtgärdsförslag innan dessa lämnades till uppdragsbeställaren. Genom att tidigt träffa personer/grupper som kommer att använda sig av projektets resultat anser vi att vi tagit ett första steg i att förankra strategin samt spridit kunskap och engagemang för det fortsatta arbetet.

Referensgrupperna har inte haft någon formell beslutanderätt över projektet utan deras medverkan har endast varit rådgivande (för mer information om resultatet se bilaga 3).

### 3.3 Reflektion kring metoden och vidare analys

Vi har gjort en kvalitativ studie där omkring 800 högstadiel elever utgör rösten för nordvästra Skånes ungdomar. Detta har gett oss mycket värdefulla insikter till strategin. Vi hade ambitionen att komplettera vår kvalitativa studie med en kvantitativ metod i form av en digital enkät (se bilaga 2). Enkäten ville vi genomföra för att hitta kvantitativa slutsatser om skillnader mellan skolorna, men också för att få svar på frågor som kan vara känsliga för elever att besvara i grupp. Utgångspunkten var att enkäten skulle distribueras till eleverna på de skolor vi besökte via respektive kommuns skolororganisation.

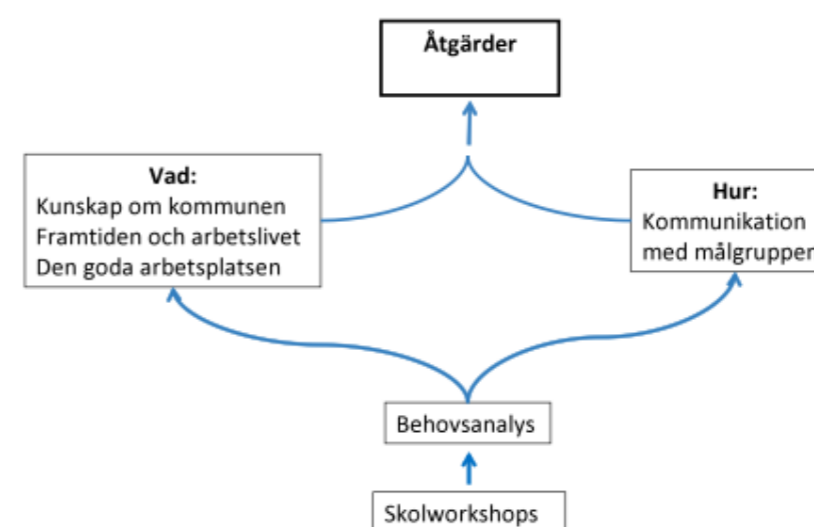
Vi distribuerade vår digitala enkät till skolorna under april och maj månad och kunde fastställa att skolorna får ta emot många enkäter under denna tid. Detta resulterade i att såväl skolororganisationen som eleverna hade svårt att hantera ytterligare en enkät. Endast ett åttiotal elever från Bjuvs kommun svarade på enkäten och vi kunde därför inte använda materialet i någon större utsträckning. Därmed blir vår främst använda metod den kvalitativa som består av ett stort underlag i och med våra 800 personliga möten. Vi har bifogat enkäten (bilaga 2) för att möjliggöra för var kommun att gå vidare med en kvantitativ studie.

Med hjälp av noggrann dokumentation av varje workshop fick vi ett gediget material från våra möten med eleverna. Målgruppens behov står i centrum för strategin och dess analys. Det finns alltid större eller mindre skillnader mellan skolor på lokal och regional nivå (för tendenser se Bilaga 4), men det är de tydliga regionala likheterna som framkommit under analysen som vi valt att lyfta fram.

Genom att studera materialet löpande mellan skolbesöken och vårt strukturerade dokumentationsschema har vi fastställt **fyra fokusområden** för analysen.

- Det eleverna i dagsläget tror sig veta om kommunen, *Kunskap om kommunen*.
- Det eleverna vill ha på sin framtida arbetsplats, *Den goda arbetsplatsen*.
- Det eleverna vill ha i sitt framtida arbetsliv, *Framtiden och arbetslivet*.
- Det sätt som eleverna vill bli bemötta på och få information på från sina framtida arbetsgivare, *Kommunikation med målgruppen*.

### Processkarta för analys och utformning av åtgärder



## 4. STRATEGINS FYRA FOKUSOMRÅDEN

För att stärka våra resonemang i analysen har vi tagit del av och refererat till tidigare studier som berör det undersökta området. Detta för att hjälpa läsaren till vidare inspiration när det är tid att börja arbeta med arbetsgivarfrågan i den egna organisationen.

### 4.1 Kunskap om kommunen

Price (2004) som forskar inom globalt ledarskap menar att alla organisationer har ett arbetsgivarvarumärke. Detta är en följd av att utomstående personer tillskriver anställda i en viss organisation egenskaper som förknippas med just den arbetsgivaren. Han menar även att den externa bilden av en arbetsgivare inte alltid stämmer överens med den interna bilden. Som traineer och representanter för kommunen upplevde vi att ungdomarnas och våra uppfattningar ofta var olika. I mötet med högstadieeleverna uppfattade vi en generell brist på kunskap om hur kommunen fungerar och vilka yrken som finns.

”Vi vet inget sånt här, så det är svårt att säga.”

Många blandade ihop kommunen som organisation och som geografiskt område. Exempelvis trodde flera elever att ICA och apotek drivs av kommunen. Kunskapen om att kommunen är styrd av folkvalda politiker var låg, liksom kunskap om politik och demokrati i övrigt.

”Min mamma sitter i kommunfullmäktige, är hon politiker då?”

Eleverna upplevde en frånvaro av politiker i vardagen och det var få som hade träffat någon. Trots detta beskrevs politiker som tråkiga och att de inte lyssnar. Vi anser att det bidrar till en diffus uppfattning av den lokala demokratin.

”Man hade velat träffa dem mer, veta vad de gör för att veta vilket parti man ska rösta på.”

Bristen på kunskap om kommunen bland eleverna lämnar utrymme för vissa myter, exempelvis att kommunala jobb är tråkiga och att pappersarbete dominerar. Det var dock många föreställningar om kommunal sektor som eleverna inte bekräftade, såsom att kommunen erbjuder låg lön och att kommunen inte satsar på sin personal. Eleverna trodde snarare att lönen varierar beroende på jobb, att personalen har olika förmåner, att könsfördelningen är jämn och att människor i olika åldrar arbetar i kommunen.

”Kommunala jobb känns som viktiga jobb, som utvecklar vårt samhälle. Därför tror jag att dem tjänar rätt så bra.”

Mötet med målgruppen visar att ungdomarna inte hade en enig eller självklar bild av kommunen som arbetsgivare. Enligt SKL kan denna splittrade bild botten i det faktum att kommuner och landsting inte har lika stor erfarenhet av att jobba med sitt arbetsgivarvarumärke som företag från den privata sektorn. Två studenter (Pettersson & Wallman, 2011) vid Linköpings universitet har undersökt hur vanligt det är att kommuner arbetar aktivt med sitt arbetsgivarvarumärke. Av de 207 svenska kommuner som svarade hade enbart 25 procent en projektplan för arbetet. När vi under hösten 2012 ställde en liknande fråga till kommunerna i nordvästra Skåne var siffran ännu lägre. Det är därför viktigt att kommunerna utökar arbetet med sitt arbetsgivarvarumärke för att särskilja sig från andra (Tavassoli 2007).

Enligt SKL har kommuner och landsting många av de erbjudanden som attraherar talanger men saknar insikten om detta och kunskaperna att driva frågan strategiskt. Kommunerna behöver arbeta med att berätta om de spännande utmaningar som finns. Ett viktigt steg i den strategiska planeringen mot ett attraktivt arbetsgivarvarumärke är att känna till sin målgrupps preferenser. Detta kan göras genom att till exempel träffa sin målgrupp på det sätt som vi har gjort i vår undersökning då mötet gav oss insikt i vår målgrupps preferenser. Professorerna Backhaus och Tikoo (2004), experter inom marknadsföring och business, visar även på en annan viktig del av den strategiska planeringen, nämligen vikten av att få den interna bilden av kommunen att stämma överens med den externa bilden. Det är viktigt att de löften som förmedlas till potentiella medarbetare även uppfylls internt.

Det var tydligt i våra möten med målgruppen att deras uppfattning om kommunen färgats av föräldrar och lärare. Eleverna angav dem ofta som källa till många av sina föreställningar. **Dessa grupper måste därför uppmärksammas i det strategiska arbetet med arbetsgivarvarumärket.**

### 4.2 Den goda arbetsplatsen

Det framkom under våra möten med eleverna att de redan har tankar om sin framtida fysiska och psykosociala arbetsplats. Nedanstående faktorer är en sammanställning av vad som kännetecknar en god arbetsmiljö enligt målgruppen och vad som skulle kunna vara avgörande i deras val av arbetsgivare.

#### 4.2.1 Fysisk arbetsplats

En ren, fräsch, modern, säker och hälsosam miljö lyftes fram av eleverna som viktigt. Flera av eleverna angav att de ville dela rum med en eller ett par kollegor. Genom att sitta tillsammans ansåg de att det skulle bli lättare att lära av och hjälpa varandra än om de skulle sitta isolerade i egna rum. Möjligheten till distansarbete, med samma arbetsuppgift på olika platser, berördes också ofta av eleverna.

”Tråkigt med eget rum, händer inte så mycket, ingen att prata med.”

#### 4.2.2 Psykosocial arbetsplats

I frågan om den psykosociala arbetsmiljön pratade ungdomarna mycket om arbetstid. En oro om att ständigt behöva jobba övertid och inte ha tid för sin familj eller fritidsintressen uttalades. Vi träffade också många ungdomar som poängterade att de ville ha variation i sitt arbete, vilket även socialpsykologen Angelöw (2006) lyfter som viktigt i arbetet med sitt arbetsgivarvarumärke. Många elever ville ha möjlighet att framföra sina åsikter och ha kul på sitt framtida arbete. De påtalade också vikten av att aktivt motarbeta diskriminering och mobbning på arbetsplatsen.

#### 4.2.3 Kollegor

Enligt forskare Theanderson (2000), expert inom arbetsvetenskap och sociologi, har god kamratskap och goda relationer en central betydelse för människors arbetstillfredsställelse. Detta var också märkbart bland eleverna. De drog paralleller mellan arbetskamrater och klasskompisar vilket bidrog till att de ofta hade tydliga uppfattningar om hur de tänkte kring att arbeta med sina framtida kollegor. Många tyckte det var viktigt att få arbeta med motiverande, hjälpsamma och samarbetsvilliga kollegor. Det fanns rädslor för att inte ha något gemensamt med sina arbetskamrater och att ”jag” måste göra allt själv på grund av oansvariga medarbetare. Flera beskrev att det var viktigt med kollegor som har varierande personliga egenskaper och som har andra kompetenser än de själva för att alla ska kunna lära av varandra.

”Det är viktigt att vi utmanar varandra så att vi utvecklas.”

”Olika egenskaper hos olika personer ger bra balans, man lär sig av sina och andras misstag.”

#### 4.2.4 Chef

Under mötet med eleverna framkom många exempel på hur de tyckte att en chef skulle vara. De vanligast förekommande exemplen var att en bra chef ska vara som en arbetskamrat. Chefen ska kunna sätta ner foten, men sen kunna ta en fika ihop.

”En bra chef litar på sina anställda, vågar ta ansvar, motiverar sina anställda, är närvarande och kan ge feedback.”

”Jag vill ha feedback från chefen regelbundet, ofta, gärna för varje arbetsuppgift.”

Vidare ska en chef föregå med gott exempel genom att inte visa sig stressad, otrevlig eller sexistisk. Paralleller kan dras till forskning om ledarskap. Forskaren Kaliprasad (2006) betonar även att en chefs viktigaste uppdrag är att uppmuntra och sprida önskvärda beteenden i enlighet med organisationens värderingar. För att motivera och behålla personal bör chefen fungera som ett stöd, ge positiv feedback och förutsättningar för utveckling samt använda ett bra belöningsystem.

### 4.3 Framtiden och arbetslivet

Vi anser att det är avgörande för strategin att ha kännedom om vad som driver framtidens medarbetare. Nedanstående sammanställning indikerar vad som påverkar deras val av yrke och arbetsgivare.

#### 4.3.1 Att känna engagemang

Under våra övningar framgick det att målgruppen värdesätter att ha kul på jobbet. Flera elever vill arbeta med sin hobby i framtiden, exempelvis sport och mode. Att ha roligt på jobbet menade många var viktigare än att tjäna pengar, utvecklas och känna trygghet. De uttalade även vikten av att känna engagemang för sitt arbete. Samtidigt fanns det en rädsla för att engagera sig utan att få respons.

”Pengar är inte det som spelar mest roll, man måste trivas med det man gör.”

Cable och Turban (2003), forskare inom management och business, visar att en organisations värderingar har avgörande betydelse för de anställdas engagemang. Om arbetsgivaren har tydliga värderingar så har denne också förmågan att attrahera de människor som står för och representerar samma värderingar. I kommunernas arbete för att bli attraktiva arbetsgivare är därför kunskapen om ungas värderingar viktig för att kunna locka dem.

#### 4.3.2 Lön

Eleverna uttryckte en viss oro över att lönen inte kommer att täcka framtida kostnader. De tyckte att lönen skulle täcka utgifter för att göra saker på sin fritid som att exempelvis resa. Däremot varierade uppfattningarna om vad som var en bra respektive mindre bra lön.

Frågan om lönen förde med sig rättvisetankar. Eleverna ansåg att lönen ska motsvara arbetsbelastningen och att det är viktigt att arbetsgivaren ger lika lön oavsett kön. Detta går hand i hand med forskning som pekar på vikten av att arbetsgivare ska ha ett fungerande belöningsystem, vilket kan handla om både lön och andra förmåner (Smith, 2000).

”Jag skulle kunna tänka mig att ha ett tråkigt jobb om man tjänade mycket pengar, men inte tvärt om.”

#### 4.3.3 Att utvecklas i arbetet

Utvecklingsaspekten värderas högt bland eleverna. Med utveckling menade eleverna att utmanas på arbetsplatsen genom att arbetsgivaren ställer tydliga krav, mål och förväntningar.

”Utmanande är när man klarar något svårt. Det är skönt och det utvecklar en själv.

”Utmanande är lika med att det känns skönt och det känns skönt när man klarar det och man lär sig något nytt.”

Det var också viktigt för eleverna att få möjlighet att påverka och göra skillnad. Målgruppens svar reflekteras i forskning som påpekar vikten av att skapa en kultur som stödjer lärande. Ett sätt att behålla personal är att erbjuda utveckling på arbetsplatsen menar Docherty (1996), professor inom organisation och kvalitetsutveckling. Utveckling kan ske genom formell utbildning men även genom organisatoriskt lärande i det dagliga arbetet.

”Det är bra att ha en förebild som man går bredvid och lär sig av.”

#### 4.3.4 Att känna trygghet

Det finns rädslor bland eleverna för att bli arbetslös, för att inte klara av sitt jobb eller för att ta ett tråkigt jobb i brist på annat. Målgruppen anser att det är viktigt att de hittar ett jobb som motsvarar vad de lärt sig efter avslutat gymnasium eller universitet. Flertalet elever uttalade även att kollegor och chefer inte ska vara sexistiska. Oron över att bli arbetslös eller behöva ta vilket jobb som helst kopplades ofta samman med det ekonomiska läget i världen. Det var inte ovanligt att någon elev i varje klass på något vis påpekade just ekonomin.

”Känna sig trygg och inte behöva tänka på pengar.”

#### 4.4 Kommunikation med målgruppen

De delar som har berörts hittills handlar i grunden om att främja arbetstrivsel. Trivsel hos befintliga medarbetare, menar pedagogikdocenten Jerkedal (1986), är betydande i marknadsföringen av hur det är att arbeta för en organisation. Engagemang och stolthet för arbetet leder till att befintliga medarbetare blir positiva ambassadörer för organisationen. Arbetet med det interna arbetsgivarvarumärket är därför av stor betydelse för framtida medarbetares uppfattning om kommunen som arbetsgivare (jmf Ind, 2001). Följande delar handlar om den externa kommunikationen och hur eleverna vill kommunicera med kommunen för att få information om framtida och eventuellt nutida jobb. Eriksson (2011), VD på ett kommunikationsföretag, skriver att valet av kommunikationskanaler bland annat bör utgå

från målgruppen och vad organisationen vill uppnå med sin strategi. Enligt eleverna själva finns det två kanaler som de föredrar framför andra personliga möten och internet.

#### 4.4.1 Personliga möten

Efter att ha träffat ungdomarna var det tydligt att deras främsta preferens gällande kommunikation om framtida arbete var det personliga mötet. De upplevde det som tryggare och mer legitimt att prata med någon som har kunskap om olika yrken och arbetsmarknaden, som exempelvis studie- och yrkesvägledare.

”Föreläsningar som ni gör nu är bra, någon som kommer och pratar.”

”Man får professionell information för syv är utbildad.”

Ofta uttryckte målgruppen en uppskattning för skolans studie- och yrkesvägledare. De upplevde ett värde i att någon tar sig tid att prata med dem och svara på deras frågor. Men eleverna uttryckte också en oro över den bristande tid som studie- och yrkesvägledaren har och många elever hade uppskattat mer tid för personlig vägledning.

#### 4.4.2 Internet

Internet framkom som den näst mest attraktiva kanalen för att få information om framtida yrken. Eleverna uppskattade internet som informationskälla eftersom det finns mycket lättillgänglig information. De upplevde dock att det var svårt att hitta rätt bland all information. Eleverna efterfrågade istället en kommunikationsmöjlighet på internet där de kan ställa frågor om yrken och arbetsmarknaden. De tyckte inte att sociala medier var ett självklart val för detta syfte eftersom det exempelvis kunde kännas konstigt att ha sin studie- och yrkesvägledare som vän på Facebook. Vi anser att studie- och yrkesvägledarnas närvaro på internet bör undersökas som ett resultat av deras popularitet och avsaknad av den kommunikationsmöjlighet på internet som eleverna efterfrågar.

Kreativa hörnan



Foto: Sophia Norén Nordling

## 5. ÅTGÄRDER UTIFRÅN BEHOVSANALYSEN

Åtgärderna har utkristalliserats utifrån målgruppens angivna behov. Vilka kommunikationsvägar efterfrågar eleverna? Vad har målgruppen för kunskap om kommunen, den goda arbetsplatsen samt framtiden och arbetslivet?

Strategiåtgärderna syftar till att sprida kunskap om kommunen som verksamhet och som potentiell framtida arbetsgivare samt förbättra bilden av kommunen hos målgruppen. Kommunens utmaning är dels att möta elevernas framtida behov, men också att bli bättre på att i sin kommunikation med målgruppen förstärka de sidor som redan idag är attraktiva bland de unga. För att klara av dessa utmaningar har vi identifierat det personliga mötet i olika former som framgångsfaktorer. Genom att kommunen träffar och för dialog med eleverna så kan framtidens arbetsplats formas.

Det är viktigt att poängtera att varje åtgärd som kommunen väljer att genomföra bör utföras strategiskt, med en utformad kommunikationsplan och en plan för utvärdering. Baserat på vad de olika insatserna resulterar i så är det också viktigt att på sikt anpassa sin organisation efter de preferenser som eleverna uttrycker.

Åtgärderna som presenteras nedan är viktade efter referensgruppsmöten med Ungdomsfullmäktige i Bjuvs kommun, kommunstyrelsen i Örskälljunga kommun samt rektorer och studie- och yrkesvägledare i Ängelholms kommun. De kommer att presenteras i den ordningen som dessa grupper ansett dem vara mest lämpliga. Vidare tankar från referensgrupperna presenteras i bilaga 3.

### 5.1 Fler praoplatser till eleverna

I mötet med eleverna märkte vi att kommunen inte använder PRAO (praktisk arbetslivsorientering) som ett tillfälle att skapa en positiv bild av kommunen som arbetsgivare. Inte heller erbjuder kommunen tillräckligt många praoplatser. Det ser vi som en brist då det genom PRAO finns stora möjligheter att skapa ett intresse bland ungdomar.

Arbetsförmedlingen, Communicare, Försäkringskassan, Skolverket, Socialstyrelsen, Sveriges kommuner och landsting samt Ungdomsstyrelsen samarbetar i projektet *Unga i arbetslivet*, med syfte att tillvarata erfarenheter från olika praktikprojekt<sup>2</sup>. I sin publikation *I praktiken sänker vi trösklarna – en skrift om meningsfull praktik* (2011) har de undersökt olika praktikprojekt och kommit fram till värdefulla slutsatser och råd. Denna skrift har varit intressant för vårt arbete då de undersökt praktikplatser i Sverige som kan antas ha liknande villkor som praktik- och praoplatser i de nordvästskånska kommunerna. Med hjälp av skriftens slutsatser har vi kunnat förstärka våra resultat och åtgärdsförslag.

Kommunerna måste skapa struktur för att föra in praoelever i fler kommunala verksamheter. För att lyckas med detta behöver samarbetet med studie- och yrkesvägledarna utvecklas. Det är upp till varje kommun centralt att förankra samt delegera arbetet med mottagandet av praoelever i kommunens förvaltningar. Att uppdraget om PRAO kommer från centralt håll är viktigt för att visa att det prioriteras samt för att underlätta för skolorna att hitta praoplatser inom kommunal verksamhet. För samtliga kommuner är det fördelaktigt att ha följande i åtanke:

- Meningsfulla uppgifter och närvarande handledare. Studien av *Unga i arbetslivet* visar att de individer som var mest missnöjda med sina praktikplatser var de som inte hade haft en närvarande handledare och uppgifter som var otydliga eller understimulerade. För att ge eleverna ett gott intryck av kommunen under sin PRAO är det viktigt att de får meningsfulla uppgifter som de kan utvecklas med samt att de har möjlighet att själva framföra önskemål baserat på vad de känner sig duktiga på och/eller vill lära sig mer av.
- Tydligt formulerat syfte och mål. För att en PRAO ska vara framgångsrik ska den ha ett tydligt formulerat syfte och mål. Framförallt ska det finnas en samsyn mellan eleven, skolan och praoplatsen om vad praoperioden innebär. Praoperioden bör sedan följas upp för att se att syftet uppnåtts.
- Inte bara PRAO på traditionellt kommunala yrken. I syfte att visa på kommunens bredd i yrkesområden är det viktigt att yrkeskategorier som vanligtvis inte tar emot praoelever börjar göra detta. Det bör exempelvis vara möjligt att göra sin PRAO hos en politiker eller hos en kommunikatör. Det är viktigt att tänka utanför de traditionella kommunala yrkena.
- Bjud in föräldrarna. I samband med elevens PRAO kan det vara värdefullt att föräldrarna får besöka elevens praoplatser på kommunen. Bland annat för att få en inblick i kommunens arbete och förhoppningsvis se att barnet trivs, vilket kan vara ett sätt att påverka föräldrarnas bild av kommunen som arbetsgivare i positiv riktning.

2. Projektet finansieras av Europeiska socialfondens och riktar sig till unga som befinner sig utanför arbete och studier.

- Utvärdera praoplatserna. I utvecklingssyfte är det viktigt för en arbetsgivare att utvärdera praoperioden tillsammans med de avdelningar som har haft en praoelev.

För att denna åtgärd ska fungera optimalt och kunna utvecklas behövs en kontaktperson per förvaltning eller kommun som har detta som en del i sin tjänst. Personen ska vara ansvarig för kontakten med skolorna, eleverna och förvaltningarna i arbetet med att utveckla antalet platser, optimera tiden ute på praoplatsen, göra uppföljning samt vara den naturliga kontaktpersonen.

### 5.2 Inför studiebesök

Kommunen bör bli mer aktiv med att bjuda in elever till studiebesök. Eleverna ska ha möjlighet att själva välja vilka yrkesgrupper de ska träffa. Denna åtgärd betonar vikten av att visa en bred bild av de kommunala verksamheterna för att informera och attrahera unga att välja kommunen som deras framtida arbetsgivare. Det är upp till varje kommun centralt att förankra samt delegera arbetet med studiebesöken som en del av förvaltningarnas uppdrag. Detta måste ske för att visa att det är ett prioriterat arbete samt för att det ska vara lätt för skolorna att boka in studiebesök i de olika verksamheterna.

Styrkan i studiebesök ligger dels i det personliga mötet, men också i att det skapar en trovärdighet för kommunen när den representerar "sig själv". Just trovärdighet är en viktig källa till att ändra attityder, vilket självklart även är fallet bland elever (jmf Tench & Yeomans, 2009). Några konkreta tips på hur kommunerna kan jobba med studiebesök följer:

- Studiebesöken bör vara korta och informativa tillfällen som kan inorporeras i elevernas scheman utan att vara alltför tidskrävande.
- När studiebesöken planeras inom respektive kommun och verksamhet är det lämpligt att visa exempel på hur arbetsplatsen kan tillgodose målgruppens förväntningar på den framtida arbetsplatsen genom att bland annat slå hål på fördomar som eventuellt finns bland eleverna.
- För att på bästa sätt ge eleverna en möjlighet att skapa sig en uppfattning om verksamheten inför studiebesöket bör skolan förbereda eleverna till exempel genom att prata om kommunens uppdrag.
- Politikerna är en viktig del vid studiebesök då det visade sig att en väldigt liten andel av målgruppen har träffat eller känner till en lokalpolitiker, eller vet vad deras uppdrag innefattar.
- Utvärderingar med målgruppen kan göras i samband med utförda studiebesök som ett tillfälle för kommunen att hålla sig uppdaterad om målgruppens preferenser.

För att denna åtgärd ska fungera optimalt och kunna utvecklas behövs en kontaktperson per förvaltning eller kommun som har detta som en del i sin tjänst. Personen ska vara ansvarig för kontakten mellan skolorna och förvaltningarna i arbetet med att utveckla givande studiebesök.

### 5.3 Utse yrkes- och kommunambassadörer

Inom marknadsföring används ofta experter inom ett visst område för att skapa trovärdighet kring exempelvis en produkt (se bl.a. Hovland & Weiss, 1951; Tench & Yeomans, 2001). Det är viktigt att de personer som får representera kommunen och dess yrkeskategorier i mötet med eleverna är "experter" inom sitt område, och kan hålla en dialog med eleverna om vad ett visst yrke innebär. Detta för att så bra som möjligt kunna besvara eventuella myter och förutfattade meningar på ett trovärdigt sätt.

I mötet med högstadieläverna såg vi att en viktig ambassadör och länk mellan kommunen och målgruppen är läraren. Vi vet alla att vi färgas av vår omgivning och de vi möter i vår vardag. I elevernas fall har lärare och föräldrar två viktiga roller i elevernas vardag. "Word-of-mouth" är ett begrepp som främst används i marknadsföringssammanhang, när någon talar gott om en vara eller tjänst, men som också kan appliceras på hur elevernas bild av kommunen påverkas av omgivningen. Om en lärare eller förälder är nöjd med kommunen (som arbetsgivare men också som samhällsfunktion) och sedan kommunicerar detta till eleven så skapas positiv "word-of-mouth". Då vi känner tillit till personer i vår nära omgivning anses positiv "word-of-mouth" vara eftersträvarvärt. (jmf Fill. C., 2005)

#### Några förslag på hur arbetet med yrkes- och kommunambassadörer kan se ut följer:

- Sätt samman en grupp yrkesambassadörer från olika yrkesområden som regelbundet besöker skolorna för personliga kontakter med eleverna, studie- och yrkesvägledare samt skola.
- Rikta insatser mot exempelvis lärare för att medvetandegöra deras roll som ambassadörer för kommunen.
- Inför olika typer av öppet hus bland verksamheterna, till exempel på räddningstjänsten, dit barn och föräldrar bjuds in.

För att denna åtgärd ska fungera optimalt och kunna utvecklas behövs en kontaktperson per förvaltning eller kommun som har detta som en del av sin tjänst. Personen ska vara ansvarig för att ta fram och utbilda yrkes- och kommunambassadörer. Denne ska ha kontakten med skolorna för att hitta tider för besök utveckla dem samt göra uppföljning och vara den naturliga kontaktpersonen.

#### 5.4 Möjliggör möten på internet

I vårt möte med målgruppen framgick det vid ett flertal tillfällen att de hade stort förtroende för studie- och yrkesvägledarna gällande frågor om framtida studie- och yrkesval. I det personliga mötet med studie- och yrkesvägledarna upplevde dock många elever att de fick information som de själva hade kunnat leta fram via hemsidor. De önskade att kontakten med studie- och yrkesvägledaren skulle ge dem mer utrymme för individuellt stöd och rådgivning angående gymnasievalet och vägen till olika yrken.

För att optimera tiden mellan eleverna och studie- och yrkesvägledarna är ett förslag att ta fram en portal på kommunens hemsida som riktar mot högstadiel elever som söker prao och som ska göra gymnasieval. Den kan också fungera som ett forum för studie- och yrkesvägledning på nätet där ungdomar kan ställa frågor om de framtida valen. Portalen kan innehålla:

- Kontaktuppgifter till ansvariga inom kommunens verksamheter beträffande PRAO, studiebesök samt yrkes- och kommunambassadörer, dessa ska hållas uppdaterade för att underlätta för skolorna vid kontakt med verksamheterna.
- Information om hur arbetsmarknaden ser ut, hur den fungerar och hur den kommer att se ut när det är dags för dem att börja arbeta. Exempelvis information (arbetsmarknadskunskap) om kommunens olika yrken och vad dessa kräver för utbildning.
- Länkar till relevanta hemsidor såsom *traineeprogrammet.se* och *offentligajobb.se*
- Utannonsering av sommarjobb, möjlighet till projektarbete med mera

För att denna åtgärd ska fungera optimalt och kunna utvecklas behövs en kontaktperson per förvaltning eller kommun som har detta som en del av sin tjänst. Personen ska vara ansvarig för att i samråd med kommunikationsavdelningen utveckla denna del av hemsidan.

#### 5.5 Genomför informationskampanjer riktade mot målgruppen

Ett första steg för att nå attityd- och beteendeförändring hos målgruppen är kunskapsöverföring genom exempelvis olika informationskampanjer (jmf Palm, 2006). Vår studie visade att målgruppen i stor utsträckning inte visste vad kommunens uppdrag innebar och i förlängningen vilka yrken som finns. **Vi har ett specifikt förslag på informationsinsats som vi själva upplever saknas i dag:**

- Genom informationsinsatser där målgruppen befinner sig, exempelvis skola, fritids eller andra kommunalt finansierade aktivitetsanläggningar som badhus, skatepark och idrottshall, skulle målgruppen på ett lättillgängligt sätt få en uppfattning av kommunens uppdrag. Det kan till exempel vara affischer med budskap som förmedlar länken mellan platsen och kommunen som verksamhet samt vad platsen i fråga kostar och att det är skattemedel som används för att finansiera den. Till exempel kan kampanjen bestå av budskap i stil med "Var kommer pengarna ifrån?" "ett samarbete mellan X och Y" eller "Vem finansierade den nya skateparken?". Ett exempel att titta på är EU som arbetar på detta sätt där projekt som är finansierade av EU ska visa på vart pengarna kommer ifrån.

Det gäller att dessa informationskampanjer inte ska uppfattas som reklam för kommunen utan snarare som ett sätt att berätta för kommuninvånarna vad kommunens uppdrag är och allt som görs. För att denna åtgärd ska fungera optimalt och kunna utvecklas behövs en kontaktperson per förvaltning eller kommun som har detta som en del i sin tjänst. Denna person ska kontrollera att nya fysiska satsningar åt ungdomen får informationsskyltar. De ska också tillsammans med kommunikationsavdelningen titta på redan existerande platser som kan vara aktuella för informationsinsatser. Personen bör även vara ansvarig för att följa upp resultatet.

Bollarna i skålen



Foto: Sophia Norén Nordling



## 6. AVSLUT

När vi gick ut från den sista skolan bar vi med oss något nytt. Vi hade pratat med omkring 800 högstadiel elever om vad de vet och tycker om kommunen. Hos oss skapade de erfarenheter, lärdomar och insikter om den yngre målgruppens förhållande till kommunen och vilka utmaningar vi står inför som arbetsgivare i framtiden. Men framförallt bar vi med oss en känsla av ansvar.

Genom oss har kommunen gjort ett avtryck och fått ett tydligare ansikte hos ungdomarna. Men detta är ingen bild som kommer att stanna kvar en längre tid. Varje år börjar tusentals nya unga på högstadiet i Skåne Nordväst, varav majoriteten kommer ha samma inställning och kunskap om kommunen som de elever vi träffat hade före våra besök.

Under våra workshops upplevde vi vikten av att eleverna fick möta personer som jobbar i kommunen, att den verksamhet som de dagligen är omgivna av får tydliga ansikten. Vi ser en nödvändighet i att arbetet med personliga möten med målgruppen fortsätter. Kommunen måste utveckla arbetet med att bjuda in eleverna och sig själva till nya möten. Studiebesök och PRAO i kommunala verksamheter kan bana väg för unga som morgondagens medarbetare i någon av Skåne Nordvästs tio, snart elva, kommuner. Vi vill att vårt arbete, som denna strategi representerar, ska fungera som en uppmaning och inspiration för ett sådant arbetssätt framöver.

**Vill du veta mer eller komma i kontakt med traineeprogrammet? Kontakta Karin Runhagen, koordinator på telefon 042 - 33 71 00**



Foto: Maria Carrick  
Sara Boström, Negin Nazari, Fredrik Norén, Therese Månsson, Sophia Norén Nordling, Sarah Lundberg, Jasna Omeragic, Caroline Bensefelt, Johanna Dahlqvist, Elin Svensson och Niklas Åkerström.

## 7. REFERENSER

Angelöw, B. (2006). *Arbetsglädje – att skapa större arbetslust*. Lund: Studentlitteratur

Backhaus, K. & Tikoo, S. (2004). *Conceptualizing and researching employer branding*. *Career Development International*. 9 (5), 501-517.

Cable, D. M. & Turban, D. M. (2003). *The value of Organizational Reputation in the Recruitment Context: A Brand-Equity Perspective*. *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 33 Issue 11, p 2244-2266.

Docherty, P. (1996). *Läroriket – vägar och vägval i en lärande organisation*. Solna: Arbetslivsinstitutet

Eriksson, P. (2011). *Planerad kommunikation – strategiskt ledningsstöd i företag och organisation (7:e uppl.)*. Malmö: Liber.

Fill, C. (2005). *Marketing Communications: Engagements, Strategies and Practice*. (4th edition) England. Prentice Hall.

Hovland, C.I., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15 (4), 635-650.

Ind, N. (2001). *Living the Brand*. Wales: Creative Print and Design.

Jerkedal, Å. (1986). *Relationsträning i svenskt arbetsliv*. Lund: Studentlitteratur.

Kaliprasad, M. (2006) *The Human Factor I: Attracting, Retaining, and Motivating Capable People, Cost engineering*. Vol. 48 Issue 6, p 20-26.

Palm, L. (2006). *Kommunikationsplanering – en handbok på vetenskaplig grund*. Lund. Studentlitteratur AB.

Pettersson, M. & Wallman, M. (2011). *Employer Branding i Sveriges kommuner – en undersökning om och hur Sveriges kommuner arbetar med intern Employer Branding för att öka sin attraktivitet som arbetsgivare*. Kandidatuppsats Linköpings universitet.

Price, A. (2004). *Human Resource Management in a Business Context*. Italien: G. Canale & C.

Smith, I. (2000). Benefits. I G. White & J. Druker (eds.). *Reward management: a critical text*. London: Routledge

Tench, R., & Yeomans, L. (2009). *Exploring Public Relations (2nd ed.)*. Navarra: Prentice Hall.

Tavassoli, N. (2007). "Branding from the inside out", *Brand Strategy*, Issue 214.

Temagrupp Unga. (2011). *I praktiken sänker vi trösklarna*. Hämtad 15 augusti, 2012, från <http://www.temauga.se/node/92>

Theandersson, C. (2000) *Jobbet – för lön, lust eller andra värden*. Diss. Göteborg: Göteborgs Universitet. Sveriges kommuner och landsting (2012-08-30) <http://www.skl.se>

# BILAGA 1

## Dokumentationen på skolbesöken - exempel

### Bollarna i skålen

Dokumentation vid skolbesök – Bollarna i skålen (exempel)		
Bollarna i skålen	1. Vad skulle du vilja göra...	Minnesanteckning
Vilket svarsalternativ fick flest röster?	A. B. C. D. E.	
Var det en övervägande andel killar som svarade:	A. B. C. D. E.	
Var det en övervägande andel tjejer som svarade:	A. B. C. D. E.	
Citat och uttalanden		

### Frågor och svarsresultat till övningen:

1. Vad skulle du vilja göra...?

- A) Jobba med min hobby
- B) Jobba med människor,
- C) Tjäna mycket pengar
- D) Jag vill inte jobba alls
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Att tjäna mycket pengar (tätt följt av: Att jobba med min hobby)**

2. Vad vill du att ditt framtida arbete ska vara...?

- A) Roligt
- B) Flexibelt
- C) Utmanande
- D) Ansvarsfullt
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Roligt**

3. Vad är viktigt i ditt framtida arbete...?

- A) Att tjäna mycket pengar
- B) Att ha mycket fritid
- C) Att få sovmorgon
- D) Att jag får lära mig mycket
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Att tjäna mycket pengar (tätt följt av: Att jag får lära mig mycket)**

4. Hur tänkte du när du gjorde ditt/kommer att göra ditt gymnasieval...?

- A) Jag vill ha tre roliga år
- B) Jag vill ha möjlighet att plugga vidare

- C) Jag vill gå tillsammans med min kompis
- D) Jag vill få jobb direkt efter gymnasiet
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Jag vill ha möjlighet att plugga vidare**

5. På vilket sätt vill du få information om vilka framtida yrken som finns?

- A) Studie- och yrkesvägledare,
- B) Internet
- C) Arbetsmarknadsmässa
- D) Post
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **SYV (tätt följt av: Internet)**

6. Hur hämtar du samhällsinformation?

- A) Tidning
- B) Teve
- C) Internet
- D) Radio
- E) annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Internet**

7. Jag vill ha en chef som...

- A) Bestämmer
- B) Är mer som en arbetskamrat
- C) Är ung
- D) Är man
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Är mer som en arbetskamrat**

8. Jag vill att min arbetsplats ska vara...

- A) Ett eget rum
- B) Ett rum jag delar med andra
- C) Köksbordet där hemma
- D) Varierande
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Ett rum som jag delar med andra (tätt följt av: varierande)**

9. Om du är hemma från skolan och behöver fråga din lärare något, hur försöker/vill du ta kontakt med henne/honom då?

- A) Facebook
- B) Ringer
- C) Åker/går till skolan och frågar personligen
- D) Sms
- E) E-post

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **E-post (tätt följt av: Facebook och sen Ringer)**

10. Vad är viktigast gällande dina framtida arbetskollaboratorer?

- A) Att de är lika mig själv så att vi förstår varandra bättre
- B) Att de är olika mig själv så att vi lär av varandra
- C) Att vi är öppna, ärliga och har "högt i tak"
- D) Att vi utmanar varandra så att vi hela tiden utvecklas
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Att de är olika mig själv så att vi lär av varandra**

11. Hur viktigt är det att du tillåts använda sociala medier på arbetstid?

- A) ätteviktigt
- B) Inte viktigt alls
- C) på jobbet ska man arbeta
- D) Det spelar mig ingen roll
- E) Annat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Det spelar ingen roll (tätt följt av: Inte viktigt alls)**

**Linjen**

Dokumentation vid skolbesök - Linjen (exempel)		
LINJEN	1. Visste du att man kan arbeta inom kommunen innan vi kom hit idag?	Minnesanteckning
Vilket svarsalternativ fick flest röster?	JA      NEJ	
Var det en övervägande andel killar som svarade:	JA      NEJ	
Var det en övervägande andel tjejer som svarade:	JA      NEJ	
Citat och uttalanden		

**Frågor och svarsresultat till övningen:**

Visste du att man kan arbeta inom kommunen innan vi kom hit idag?

Ja/Nej

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Ja**

Jag känner någon som jobbar inom kommunen?

Ja/Nej

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Ja**

När jag tänker på att jobba inom kommunen tänker jag...

Roligt/Tråkigt

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Tråkigt**

I kommunen jobbar främst...

- A) Unga/Gamla
- B) Kvinnor/Män
- C) De som tjänar mycket pengar/de som tjänar lite pengar

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **A) Blandat, B) Blandat, C) Blandat**

I kommunen kan man arbeta med...

- A) Butik/Djur & natur
- B) Polis/IT
- C) Lantbruk/Turism

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **A) Djur & natur B) blandat C) Turism**

Har ni träffat någon politiker som är aktiv i er i kommunen?

Ja/Nej

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Nej**

Tror ni att ni vill jobba kommunalt eller inom det privata?

Kommunen/Privat

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Privat**

Inom kommunen kan man göra karriär?

Ja/Nej

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Ja**

I kommunen satsar man inte på sin personal...

Ja/Nej

Vinnarsvar för hela Skåne Nordväst: **Ja**

**Förväntningar och rädslor**

Dokumentation vid skolbesök - Förväntningar och rädslor (exempel)			
FÖRVÄNTNINGAR	Pojkgrupp (1)	Flickgrupp (2)	Mixgrupp (3)
Förväntningar per grupp			
Förväntningar klass			



Utvärdering av en workshop!

## Kreativa hörnan

Dokumentation vid skolbesök –Kreativa hörnan (exempel)			
KREATIVA HÖRNAN	Flickor	Pojkar	Alla
Vad skapar de? Minnesanteckning			
Citat och yttranden			

## Exempel på elevernas alster



## Dokumentationsmall

Första tankar till analysen – Bollarna i skålen, Linjen, Förväntningar och rädslor, Kreativa hörna (exempel)
Resultat – vad vet vi nu om attityder och tendenser?
Att tänka på inför nästa gång – vad fungerade och vad fungerade inte?

## Körschema - exempel

AKTIVITET	TIDSÅTGÅNG	ANSVARIG	DOKUMENTERING
Förberedelse inför workshop (ställa fram material etc.)	15- 30 min innan första klassen.	Respektive grupp ansvarar för förberedelser av sin aktivitet	
<b>Presentation:</b> vilka vi är, vårt projekt, vad vi ska göra, dokumentera	5 minuter	2 pers:	
<b>Elever presenterar sig</b>	5 minuter		
<b>Workshop 1:</b> Bollarna i Skålen	ca 25 min	2 pers:	3 pers:
<b>Workshop 3:</b> Förväntningar/rädslor	ca 20 min	2 pers:	3 pers:
<b>Avslut/Utvärdering:</b> Tackar klassen och delar ut Giveaway	5 min	2 pers:	

## BILAGA 2

### Utskickad enkät

#### Om informationsinhämtning

1. Hur hämtar du information?

- A) Internet
- B) Tv
- C) Radio
- D) Tidning
- E) Annat...

2. På vilket sätt vill du få information om framtida jobb?

- A) Arbetsmarknadsdag
- B) Studiebesök
- C) Hemskickad information
- D) Facebook
- E) Internet
- F) Annat....

#### Om dina föräldrars studie- och yrkesbakgrund

3. Vad jobbar dina föräldrar med? (öppet svarsalternativ)

4. Är någon av dina föräldrar anställda av kommunen?

- A) Ja
- B) Nej
- C) Vet inte

5. Vad är dina föräldrars högsta utbildningsnivå?

- A) 9-årig grundskola
- B) Gymnasium
- C) Universitet/högskola
- D) Vet inte

#### Om dina erfarenheter, tankar och idéer

6. Vad tänker du på när du hör "kommunen"? (öppet svarsalternativ)

7. Vilka verksamheter tror du bedrivs i en kommun?

- A) Barnomsorg- och skola
- B) Socialtjänst
- C) Äldreomsorg
- D) Spa
- E) Stadsplanering
- F) Näringslivsutveckling och turism
- G) Dagstidningar
- H) Kultur- och fritidsverksamhet
- I) Butik och handel
- J) Miljöarbete

K) Kollektivtrafik

L) Polis

M) Räddningstjänst

N) Vårdcentral

8. Har du sommarjobbat någon gång?

- A) Ja, anställd av kommunen
- B) Ja, anställd av annan än kommunen
- C) Nej

9. Kan du tänka dig att jobba som anställd av kommunen?

Följdfråga om Ja

- A) bidra till samhällsnyttan
- B) hjälpa andra människor
- C) tjäna mycket pengar
- D) ha olika arbetssätt
- E) arbeta med olika frågor
- F) annat

(Följdfråga om Nej) Därför att i kommunen har jag inte möjlighet att...

- G) bidra till samhällsnyttan
- H) hjälpa andra människor,
- I) tjäna mycket pengar
- J) ha olika arbetssätt
- K) arbeta med olika frågor
- L) annat

10. Vilket är ditt drömjobb? (öppet svarsalternativ)

11. Tror du att du kan jobba med ditt drömjobb som anställd av kommunen?

- A) Ja
- B) Nej
- C) Vet inte

12. Hade du velat jobba med ditt drömjobb som anställd av kommunen?

- A) Ja
- B) Nej

13. Vad tycker du gör en arbetsplats bra? (öppet svarsalternativ)

#### Om dig

14. Vi i traineeprogrammet Skåne Nordväst har besökt skolor runt om i Nordvästra Skåne. Har du deltagit i övningar på din skola om dina tankar om kommunen och framtida jobb?

- A) Ja
- B) Nej
- C) Vet inte

15. Vilket år är du född? (rullista med årtal)

16. Är du...

- A) Tjej
- B) Kille

17. Vilken årskurs går du i?

- A) 7
- B) 8
- C) 9

18. I vilken kommun går du i skolan?

- A) Bjuv
- B) Båstad
- C) Helsingborg
- D) Höganäs
- E) Klippan
- F) Landskrona
- G) Svalöv
- H) Åstorp
- I) Ängelholm
- J) Örskälljunga

19. Är du född utanför norden?

- A) Nej
- B) Ja, Europa
- C) Ja, utanför Europa
- D) Vet inte

20. Är någon av dina föräldrar födda utanför norden?

- A) Nej
- B) Ja, Europa
- C) Ja, utanför Europa
- D) Vet inte

20. Hur skulle du beskriva det ekonomiska läget i ditt hem?

- A) Bra
- B) Varken bra eller dåligt
- C) Dåligt

21. Hur trivs du i skolan?

- A) Bra
- B) Varken bra eller dåligt
- C) Dåligt

22. Hur går det med dina studier i skolan just nu?

- A) Mycket bra
- B) Bra
- C) Varken bra eller dåligt
- D) Dåligt
- E) Mycket dåligt

23. Vill du läsa vidare vid universitet eller högskola i framtiden?

- A) Ja
- B) Nej
- C) Vet inte

24. Har det hänt att du inte kunnat köpa något som du vill ha, och som många andra i din ålder har, för att du inte haft råd? Tänk på hur det har varit under det senaste halvåret.

- A) Ja, flera gånger
- B) Ja, en gång
- C) Nej

25. Har det hänt att du inte kunnat följa med dina kompisar på något för att du inte haft råd? Tänk på hur det har varit under det senaste halvåret.

- A) Ja, flera gånger
- B) Ja, en gång
- C) Nej
- D) Träffar inte kompisar

## BILAGA 3

### Referensgruppsmöten

Syftet med att hålla referensgruppsmöten har varit att få hjälp av målgruppen med att rangordna åtgärdsförslagen samt höra tjänstemäns och politikernas tankar om de föreslagna åtgärderna.

#### Ungdomsfullmäktige i Bjuv

Ungdomsfullmäktige i Bjuvs kommun består av ungdomar mellan 12-16 år. De röstade enhälligt fram åtgärderna i följande prioriteringsordning; PRAO, studiebesök, ambassadörer, informationskampanjer och slutligen möten på internet. De motiverade rangordningen med att "man lär sig mer", "kul att komma ut och se" samt "istället för att folk kommer och pratar så får man komma ut och se saker". De ansåg att PRAO är mer lämpligt för äldre elever, årskurs 8-9 men att övriga åtgärder likväl fungerar redan från årskurs 7.

#### Kommunstyrelsen i Örkelljunga

Kommunstyrelsen i Örkelljunga ansåg att åtgärdsförslagen var bra samt att det är intressant att de är riktade mot en ung målgrupp. Politikerna lyfte flertalet gånger resursfrågan och menade att det kan vara ett "störande" moment i den dagliga verksamheten att ta emot en praoelev vilket minskar arbetskapaciteten. De poängterade dock att det är ett arbete som måste prioriteras för att på sikt kunna klara av den kompetensförsörjning som kommunerna står inför. De tyckte också att urvalet av potentiella handledare samt yrkes- och kommunambassadörer var viktigt.

Styrelsen förde även fram förslag på ytterligare åtgärder som kan vara av intresse för övriga kommuner, exempelvis att kommunerna anordnar ungdomsstämmor som möjliggör samtal mellan ungdomar och politiker. Ett annat exempel de hade var att anordna yrkesmässor på skolorna där kommunen representeras av olika yrkeskategorier.

#### Studie- och yrkesvägledare och rektorer i Ängelholm

Referensgruppen i Ängelholm var positiva till förslagen men studie- och yrkesvägledarna poängterade dagens svårighet med att hitta praoplatser inom de kommunala verksamheterna. De ansåg att föreslagna åtgärder bör kopplas till befintliga lektioner och bör ingå i den studie- och yrkesvägledarplan som finns i Ängelholms kommun.

Studie- och yrkesvägledarna lyfte vikten av att eleven får ett gott bemötande samt att det finns en utarbetad plan för mottagandet.

Ängelholms kommun har tillsammans med andra kommuner i Skåne och Blekinge det nätbaserade forumet Skånegy.se, där elever kan ställa frågor till studie- och yrkesvägledare. Studie- och yrkesvägledarna ansåg också att en väl uppdaterad webbplats för ungdomar på kommunens hemsida kan fungera som ett komplement till det personliga mötet. Den skulle även kunna användas för att presentera yrkes- och kommunambassadörerna genom till exempel videoklipp. De ansåg även att en praobank där kommunala verksamheter annonserar praoplatser hade underlättat i arbetet.

Grundskolerektorerna betonade vikten i att öka ungdomarnas kunskap om kommunens organisation och demokratiska uppdrag. De ansåg att åtgärdsförslagen är väsentliga men måste fyllas med ett innehåll som fyller kunskapsluckan och därmed blir hållbart. Även grundskolerektorerna framhöll svårigheterna med att hitta praoplatser inom kommunal verksamhet. Det är främst förskolor och andra skolor som tar emot praoelever och inte till exempel kansliet inne i stadshuset. De menar att alla förvaltningar ska ta ett ansvar när det kommer till att erbjuda PRAO. Eleverna bör inte som sista utväg tvingas göra sin PRAO i den egna skolan. Grundskolerektorerna betonade även att skolans roll är att visa på sambandet mellan skola och arbetsliv samt betydelsen av att integrera PRAO i undervisningen.

Rektorerna efterlyste en kommunövergripande diskussion och analys om hur PRAO fungerar idag och hur det kan utvecklas i framtiden. Gruppen hade två konkreta förslag. Det första var att kommunens facebook-sida i större utsträckning bör användas till att rikta information till målgruppen, exempelvis information omevenemang eller nya insatser

för unga i kommunen. Den andra idén var att utveckla ett interaktivt spel om hur det är att arbeta inom kommunal verksamhet eller ett rollspel som kan användas under samhällslektionen

## BILAGA 4

### Tendenser

På varje skolbesök var vi fem till sju traineer som deltog. Antalet elever som vi träffade vid varje workshoptillfälle varierade kraftigt, från runt 20 elever på Tornlyckeskolan i Höganäs till strax över 60 elever på Kungsgårdsskolan i Ängelholm. Generellt kunde vi observera samma mönster på varje skola, vilket har resulterat i våra åtgärdsförslag. Det fanns dock vissa tendenser som stack ut något mer på olika skolor under våren 2012.

#### Kungsgårdsskolan, Ängelholm

Vi upplevde att eleverna på Kungsgårdsskolan hade funderat på framtiden med en viss allvarsamhet. Den största oron var inte att bli arbetslös, utan snarare att tvingas ta ett arbete de inte trivdes med i brist på annat. De visade ett intresse för att lära sig mer om kommunala jobb och uttryckte en önskan om att få komma ut till verksamheter och besöka folk på deras arbetsplatser. Flera elever meddelade att kommunala jobb behövde bli mer synliga och berättade att deras vänner fått sommarjobb i kommunen, utan att de själva ens sett att möjligheten fanns.

Eleverna var tydliga med att Facebook inte var en plats för kommunikation med studie- och yrkesvägledaren, men poängterade att denne är ett viktigt stöd i valet av fortsatt skolgång. Eleverna på Kungsgårdsskolan var mindre benägna att pendla än på de flesta andra skolor.

#### Västervångsskolan, Landskrona

På Västervångsskolan upplevde vi att gymnasievalet ansågs väldigt viktigt och att det fanns en något större osäkerhet kring vilket val som skulle vara det rätta för individen. Genom att inte göra rätt val påpekade eleverna att risken för att få ett jobb de inte ville ha ökade, samt att de skulle behöva arbeta med något som inte räckte till att försörja sig själv och eventuell familj.

I samtliga skolor var det tydligt att många elever ville arbeta med sitt fritidsintresse men på Västervångsskolan var denna tendens något högre. Eleverna såg en möjlighet att arbeta med sitt fritidsintresse som framtida yrke och att följa sina drömmar. Drömmarna upplevde vi gick hand i hand med att det fanns en uttalad önskan att resa och upptäcka världen efter studenten. Många elever kunde tänka sig att studera vid annan ort efter gymnasiet.

#### Snyggatorpskolan, Klippan

På Snyggatorpskolan reflekterade eleverna över konkurrensen på arbetsmarknaden och för att öka chansen att få det jobb de ville ha så ansåg många att det var viktigt att plugga vidare efter gymnasiet. Ett flertal elever uttryckte vikten av att tjäna mycket pengar och ord som lycklig, framgångsrik och oberoende cirkulerade under kreativa hörnan. Här upplevde vi även en större oro än på övriga skolor över att inte trivas på sin framtida arbetsplats på grund av exempelvis mobbning eller en dålig chef.

#### Jens Billeskolan, Bjuv

På Jens Billeskolan fanns en allmän oro inför framtiden när vi pratade om arbetsliv. Tankar om konkurser, dåliga löner, dåliga chefer och att bli arbetslös var inte ovanliga. Samtidigt cirkulerade en stark vilja att komma ut på arbetsmarknaden. På Jens Billeskolan upplevde vi det som att fler elever var sugna på att börja arbeta direkt efter gymnasiet eller starta eget än elever på de andra skolorna som vi besökte.

#### Kungsskolan, Örkelljunga

Eleverna på Kungsskolan var nog de som var mest polariserade. Å ena sidan fanns det många som inte var sugna på att pendla och såg en framtid i Örkelljunga, medan många kunde tänka sig att flytta långt för sitt framtida arbete eller studier. Däremot såg vi en tendens som lutade åt att många ville arbeta direkt efter gymnasiet. Vad detta yrke skulle innebära varierade också kraftigt mellan allt från lastbilschaufför till stylist. Samtidigt tyckte de inte att ett jobb direkt efter gymnasiet uteslöt eventuella framtida studier efter det. Det fanns en oro bland flera elever att arbetslivet skulle vara svårt och att finanskrisen skulle resultera i att många blev arbetslösa.

#### Vittraskolan, Helsingborg

På Vittraskolan var oron inför att inte få jobb nästan obefintlig. Att arbeta med ett attraktivt och välbetalt jobb med akademisk examen var en självklarhet för flertalet av ungdomarna. En bild som framkom var att en stor del av föräldrarna arbetade med välbetalda yrken med hög status och att även eleverna ansåg att det är viktigt med karriär för att kunna resa och försörja sin familj.

#### Hyllinge skolan, Åstorp

På Hyllinge skola kretsade diskussionen mycket kring att ha ett roligt jobb. Eleverna förespråkade ett gott klimat mellan kollegor och med chefen.

Det var viktigt att chefen hade en coachande och vänskaplig roll som lyfte fram det bästa ur sina anställda. På Hyllinge skola svarade de flesta elever att de valt en studieförberedande gymnasieutbildning och de tror att gymnasievalet har en stor betydelse för framtiden.

#### Tornlyckeskolan, Höganäs

På Tornlyckeskolan var de flesta överens om att ansvar och utmaning var något positivt. Nästan alla vi träffade hade en målbild om att vilja plugga vidare och även en föreställning om vad de ville plugga för något.

Kommunikation med och blandade åldrar bland kollegor tyckte eleverna hade betydelse, inte minst för att ett ökat lärande mellan varandra skulle uppstå.

#### Strandängsskolan, Båstad

Eleverna på Strandängsskolan uttryckte en generell strävan efter en trygg ekonomi och att tjäna mycket pengar. Detta satte också delvis press på eleverna som upplevde en viss rädsla för att göra fel och inte räcka till på sitt framtida jobb. Samtidigt reflekterades denna oro i synen på de framtida kollegorna. Vikten av att medarbetarna presterade, att de inte skulle vara slöa och oseriösa, samt höga krav på chefen förekom i elevernas kommentarer.

Andra tendenser vi såg på Strandängsskolan var att många av de som ville studera vidare ville göra detta utomlands. Strandängsskolans elever var också de som vi upplevde hade mest kunskap om kommunens verksamhet och den lokala politiken.



