



Beskæftigelsesregion
Hovedstaden & Sjælland

Evaluering af bygge- og anlægskampagnen i Østdanmark

Oktober 2006

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	3
2.	Overordnede konklusioner.....	4
3.	Den fremtidige flaskehalsindsats	5
	3.1. Udpegning af brugbare metoder og redskaber	5
	3.2. Særlige opmærksomhedspunkter	6
4.	Status for resultatkrav	8
	4.1. Resultatkrav på udbudssiden.....	8
	4.2. Resultatkrav på efterspørgselssiden	9
5.	Arbejdsmarkedssituationen	11
6.	Den konkrete indsats	14
	6.1. Indsatsen på udbudssiden.....	14
	6.1.1. Fastlagte indsatsområder.....	14
	6.1.2. Iværksatte indsatsområder.....	14
	6.2. Indsatsen på efterspørgselssiden	16
	6.2.1. Fastlagte indsatsområder.....	16
	6.2.2. Iværksatte indsatsområder.....	16
7.	Samarbejde	20
	7.1. Samarbejdet med a-kasserne	20
	7.2. Samarbejdet med arbejdsgiverorganisationerne	20
8.	De organisatoriske rammer.....	21
	8.1. Organisering	21
	8.2. Ressourceforbrug	21
	8.3. Kommunikation	22

Bilag 1. Opsamling på initiativer i kampagnen.

Bilag 2. Aftale mellem Arbejdsmarkedsstyrelsen og A-kassernes Samvirke om intensiveret samarbejde inden for bygge- og anlægssektoren.

Bilag 3. Rekruttering af udenlandsk arbejdskraft
- Østregionernes erfaringer fra byggekampagnen afholdt oktober 2005 til juni 2006

1. Indledning

På baggrund af den forværrede rekrutteringssituation inden for bygge- og anlægssektoren i løbet af 2005 iværksatte Arbejdsmarkedsstyrelsen den landsdækkende kampagne *"Der er job til flere i byggeriet"* i oktober 2005.

Det overordnede formål med kampagnen har været at afhjælpe manglen på arbejdskraft inden for byggeriet og dermed at få flere i arbejde.

Styringen og den konkrete gennemførelse af kampagnen har været delt op i Øst- og Vestdanmark. Der er således sket en koordinering af indsatsen mellem AF-regionerne i Østdanmark (Øst for Storebælt) henholdsvis regionerne i Vestdanmark (Vest for Storebælt). Herudover er der løbende sket erfaringsudveksling og en vis koordinering mellem Øst- og Vestdanmark.

Som et væsentligt led i kampagnen har AF-regionerne i Østdanmark forstærket indsatsen for at afdække udbud og efterspørgsel inden for bygge- og anlægsområdet.

Derudover har regionerne iværksat en række fælles initiativer – bl.a. er der indført et fælles registreringskoncept for henholdsvis virksomhedsbesøg og kontaktsamtaler.

Det fælles registreringskoncept har medvirket til en ensartet afdækning af henholdsvis udbuds- og efterspørgselsiden og har dermed medvirket til at give et mere samlet billede af det reelle arbejdsudbud i Østdanmark.

Den samlede afdækning har givet et mere klart billede af udfordringerne og mulighederne i branchen og har dannet grundlag for en intensiv formidlings- og opkvalificeringsindsats i 1. halvår 2006.

Formålet med denne evaluering er at markere, at den egentlige kampagne er afsluttet, og at indsatsen på bygge- og anlægsområdet er overgået fra kampagne til almindelig drift i AF-regionerne. Da der fortsat er flaskehalsproblemer på området, fortsætter AF den intensive indsats, herunder de fleste af de aktiviteter, der indgår i kampagnens handlingsplan.

Derudover er formålet med evalueringen at opsamle erfaringerne fra kampagnen til brug for jobcentrenes fremadrettede flaskehalsindsats.

2. Overordnede konklusioner

De overordnede konklusioner og erfaringer fra kampagnen i Østdanmark er:

- Kampagnen har medvirket til en **markant nedbringelse af ledigheden** til et niveau (1.9 %) under, hvad der hidtil er blevet anset som værende den lavest mulige ledighed. Det er hermed lykkedes at bringe langt de fleste ledige med en erhvervsuddannelse inden for bygge- og anlæg i arbejde.
- Ledigheden inden for bygge- og anlæg er således faldet betydeligt – og mere end den generelle ledighed. Inden for bygge- og anlægsbranchen har der været et fald på **56.2 pct.** fra juli 2005 til juli 2006, mens den generelle ledighed ”kun” er faldet med 18.5 pct. i samme periode.
- **Væsentlig færre personer inden for Bygge- og anlægsbranchen er ledige i lang tid.** Den længerevarende ledighed – målt som ledighed udover 16 uger – er reduceret i kampagneperioden. I 2. kvartal 2005 var næsten hver tredje af de ledige inden for bygge- og anlæg ledige i mere end 16 uger, mens det kun gælder for **hver femte** i 2. kvartal 2006.
- **Korttidsledigheden er ligeledes reduceret** – med 16 % - og søgeledigheden er dermed også reduceret.
- Antal ledighedsberørte inden for bygge- og anlæg er faldet med knap **30 pct.**, mens ledighedsberørte generelt kun er faldet med 10 pct. i perioden.
- Kampagnen har ikke løst flaskehalsproblemerne, men har medvirket til at minimere dem ved at **bringe hovedparten af den til rådighed værende faglærte arbejdskraft i arbejde.**
- Der er etableret et **godt og konstruktivt samarbejde mellem beskæftigelses-systemet og a-kasserne**, som er resulteret i en egentlig landsdækkende samarbejdsaftale.
- Der er etableret et **godt og konstruktivt samarbejde mellem beskæftigelses-systemet og arbejdsgiverorganisationerne**, der kan danne udgangspunkt for fortsat samarbejde om den fremtidige flaskehalsindsats.
- Der er indhentet nogle **brugbare erfaringer ift. rekruttering af udenlandsk arbejdskraft**, som kan anvendes ifm. den fremtidige rekruttering af udenlandsk arbejdskraft.

3. Den fremtidige flaskehalsindsats

I forhold til fremtidige kampagner og den fremtidige flaskehalsindsats er det afgørende, at der først tages stilling til, om der er tale om et flaskehalsproblem eller et paradoksproblem.

Et flaskehalsproblem kendetegner situationer, hvor der er ledige job, men ingen ledig, kvalificeret arbejdskraft. Paradoksproblemer er situationer, hvor der er ledig, kvalificeret arbejdskraft, men hvor virksomhederne alligevel oplever rekrutteringsvanskeligheder.

Afklaringen af problemets karakter er afgørende for, hvilken indsats der skal sættes i værk. I det følgende tages udgangspunkt i egentlige flaskehalsproblemer.

3.1. Udpegning af brugbare metoder og redskaber

På baggrund af den hidtidige kampagne kan der umiddelbart peges på følgende metoder og redskaber, der kan anvendes i den fremtidige flaskehalsindsats:

- Intensivt/tæt kontaktføreløb med de ledige, herunder jobklubaktiviteter i regi af andre aktører.
- Tæt samarbejde med a-kasser om besættelse af job, herunder gensidig udveksling af job.
- Opfølgning på om virksomhedernes job besættes.
- Samarbejde mellem jobcentre om rekruttering af udenlandsk arbejdskraft.
- Samarbejde mellem jobcentre om formidling på tværs af jobcentre.
- Samarbejde med arbejdsgiverorganisationerne om løsning af behov, herunder de mere langsigtede behov.
- Straksformidling ved ledighed dels mhp. hurtigst muligt at skaffe virksomhederne den nødvendige arbejdskraft, dels mhp. nedbringelse af søgeledigheden.
- Oprydning i registreringer mv. om de lediges kvalifikationer og jobsøgningsområder for at skabe et bedre grundlag for formidling.
- Anvendelse af den regionale flaskehalsbevilling.
- Anvendelse af tilskud til voksenlærlingeføreløb og anden relevant opkvalificering.

3.2. Særlige opmærksomhedspunkter

Generelle opmærksomhedspunkter i forbindelse med flaskehalskampagner:

- Det er vigtigt for kampagnens succes, at relevante arbejdsgiverorganisationer og a-kasser inddrages som aktive medspillere i kampagnen.
- Det er vigtigt, at overveje om rekrutteringsproblemer inden for en branche har årsager, der ligger uden for beskæftigelsessystemets kompetenceområde, inden man iværksætter kampagnetiltag (er der f.eks. tale om rent uddannelsespolitiske problemstillinger).
- Sæsonudsving skal indtænkes, når man vurderer rekrutteringsproblemet omfang inden for en branche som bygge- og anlæg. Ligesom kampagnen skal tilrettelægges ud fra hensyntagen til branchens sæsonudsving i behovet for arbejdskraft. Det skal herunder tages i betragtning, at hvis den tætte kontakt til de ledige inden for bygge- og anlægsbranchen bibeholdes i vinterperioden, vil det beslaglægge store ressourcer hos AF/jobcentre.
- Der er forskel på brancher, derfor kan alle erfaringerne fra bygge- og anlægskampagnen ikke fuldt ud overføres til kampagner inden for andre brancher.
- I koordineringen af vejledningsindsatsen bør indarbejdes særlig fokus på vejledning til flaskehalsområder, således at man sikrer at vejledningsindsatsen kan motivere og beskrive mangelområderne og herved medvirke til at begrænse frafaldet fra uddannelserne.
- Beskæftigelsesregionernes overvågningsindsats skal hurtigt og effektivt udpege og synliggøre flaskehalsområder.
- Beskæftigelsesregionerne skal indtænke relevante områder ifm. flaskehalslisten/bevillingen.
- Der skal mere fokus på pålagt jobsøgning end der har været i den gennemførte Bygge- og anlægskampagne

Særlige opmærksomhedspunkter i forhold til at indsatsen overgår fra 14 AF-regioner til 91 jobcentre:

- Når indsatsen overgår fra 14 AF-regioner til 91 jobcentre, bliver det endnu mere nødvendigt med en koordineret indsats og opbygning af netværk.
- Fremtidige kampagner i regi af jobcentre skal aftales ”på højt niveau” i kommunen, således at der sikres maksimal opbakning til kampagnen.

- Fremtidige kampagner i regi af jobcentrene vil endvidere nødvendiggøre brug af forløb hos andre aktører, f.eks. jobklub, hvis der skal gennemføres en tæt kontakt med de ledige.
- Kontanthjælpsmodtagere skal i højere grad indtænkes i sådanne kampagner.

4. Status for resultatkrav

Som led i kampagnen har AF-regionerne i Østdanmark lavet en handlingsplan for kampagnen med henblik på at sikre et fælles udgangspunkt og formål med kampagnen. Som led i handlingsplanen er der opstillet en række resultatkrav for, hvad der skal komme ud af kampagnen på henholdsvis udbuds- og efterspørgselssiden. Nedenfor følger en status for disse resultatkrav.

4.1. Resultatkrav på udbudssiden

Resultatkrav	Status
1) Der iværksættes initiativer overfor alle ledige, målrettet jobmulighederne samt afpasset efter den lediges faglige og personlige forudsætninger.	<ul style="list-style-type: none">• Alle ledige har været gennem en intensiv afklaring af deres kompetencer, og er efterfølgende indplaceret i 4 kategorier, jf. nedenfor. Herefter er de enten søgt formidlet til job, påbegyndt opkvalificering eller har ændret beskæftigelsesmål.• Ledigheden er faldet betragteligt, hvilket vidner om, at indsatsen har gjort en forskel.
2) Søgeledigheden skal nedbringes.	<ul style="list-style-type: none">• For alle fagområder inden for Bygge- og anlæg er der sket et fald i antal ledige. Ledigheden er især faldet for længerevarende ledige, men korttidsledigheden – og hermed også søgeledigheden - er også nedbragt med 16 %.

4.2. Resultatkrav på efterspørgselssiden

Resultatkrav	Status
1) Der tages handling på alle jobordrer, herunder initiativer overfor alle jobordrer, der ikke umiddelbart kan besættes.	<ul style="list-style-type: none">• Der har været en stor stigning i antal ledige, der er blevet pålagt at søge et konkret job¹.• Der er etableret et regionalt netværk til samarbejde om tværregional formidling af jobordrer, der ikke umiddelbart kan besættes af den region, der har modtaget ordren.• Der har været en generel stigning i antal modtagne ordrer i kampagneperioden ift. samme periode året før. Formidlingsordrer er steget med 27%, mens Jobnetordrer er steget med 62%.• Der har været stigende rekruttering af udenlandsk arbejdskraft via EURES.• Der er indgået samarbejdsaftaler med a-kasser, der indebærer at relevante a-kasser øjeblikkeligt inddrages ved jobordrer, som AF ikke umiddelbart kan besætte – og omvendt.
2) Antallet af voksenlærlinge skal øges med 10%.	<ul style="list-style-type: none">• Antallet af voksenlærlingeforløb er øget med 64% ift. samme periode året før.

¹ Dokumentationen for dette er antal jobsøgningssamtaler. Det giver dog ikke mening at sammenligne antal jobsøgningssamtaler med antallet året før, da denne samtale stort set ikke blev registreret tidligere. Det giver derfor heller ikke mening af angive den procentvise stigning. Der er dog ingen tvivl om, at der har været en klar stigning i antal pålæg om jobsøgning.

Resultatkrav	Status
<p>3) AF foretager systematisk opfølgning overfor arbejdsgivere, der tilkendegiver rekrutteringsproblemer. Relevante a-kasser inddrages i en evt. løsning af problemet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Der har været øget kontakt med virksomhederne, og antallet af virksomhedsbesøg er således steget med 43% i forhold til året før. • Der har været kontakt til alle virksomheder, der i forbindelse med Phonerkampagnen har tilkendegivet ønske om hjælp til rekruttering. • Der er indgået samarbejdsaftaler med a-kasser, der indebærer at relevante a-kasser øjeblikkeligt inddrages ved jobordrer, som AF ikke umiddelbart kan besætte – og omvendt.

5. Arbejdsmarkedssituationen

2005 og 2006 har været præget af øget beskæftigelse og faldende ledighed. Den samlede ledighed for Østdanmark er faldet med 18.5% fra juli 2005 til juli 2006.

Men særligt bygge- og anlægsområdet har i perioden oplevet meget store fald i ledigheden. For byggefagene i alt faldt ledigheden i Østdanmark med 56.2% fra juli 2005 til juli 2006, jf. nedenstående tabel 5.1.

Tabel 5.1. Udviklingen i ledigheden inden for bygge- og anlæg i perioden juli, 2005 – juli, 2006.

Fagområde	Procentvis udvikling i antal ledige	Ledighedsprocenten juli 2006
Murerne	- 70.3%	2.4%
El-faget	- 58.8%	1.3%
TIB	- 56.8%	2.0%
Blik og Rør	- 44.5%	2.1%
Malerfaget og Maritime	- 40.6%	2.0%
I alt	- 56.2%	1.9%

Murerfaget har haft det største ledighedsfald, mens Malerfaget og Maritime har haft det mindste. Murerne har dog den højeste ledighedsprocent på 2.4%, mens El-faget har den laveste på 1.3%.

I bygge- og anlægskampagnens periode er det dermed lykkedes at bringe den samlede ledighedsprocent for byggefagene ned under 2% og samtidig indsnævre spændet mellem de enkelte fags ledighedsprocenter. Spændet mellem bygge- og anlægsfagenes ledighedsprocenter var i juli 2005 på 2.9 procentpoint, mens spændet i juli 2006 er på 1.1 procentpoint.

Faldende langtidsledighed

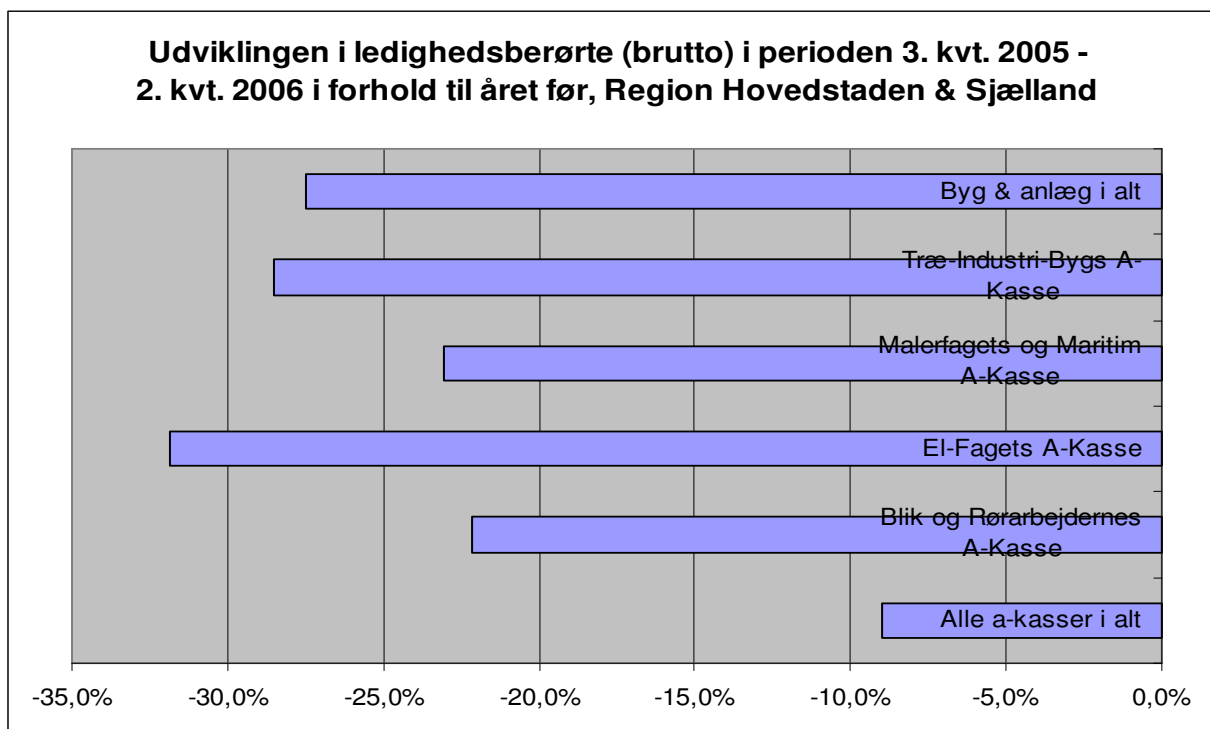
Tallene for ledighedslængder inden for byggefagene viser samtidig en større andel ledige med kort ledighed og en markant mindre andel med lang ledighed.

Inden for samtlige af Bygge- og anlægsbranchens a-kasser er der i 2. kvartal 2006 færre personer både med korte og lange ledighedslængder end i 2. kvartal 2005. Men især antallet af ledige med ledighedslængder over 16 uger er reduceret kraftigt.

Ledighedsberørte

Ser man på ledighedsberørte, jf. nedenstående figur 5.1, skiller bygge- og anlægsbranchen sig også positivt ud ift. de øvrige brancher. I perioden 3. kvartal 2005 – 2. kvartal 2006 er antal ledighedsberørte inden for bygge- og anlæg faldet med næsten 30 pct. I forhold til samme periode året før. Ser man på alle a-kasser under et, har faldet kun været på knap 10 pct.

Figur 5.1. Udviklingen i ledighedsberørte (brutto) i perioden 3. kv. 2005 – 2. kv. 2006 i ft. året før.



Arbejdskraftreserven²:

På trods af den positive udvikling og de stigende problemer med at rekruttere arbejdskraft er der fortsat en vis arbejdskraftreserve inden for bygge- og anlægsbranchen.

I Østdanmark er der således knap 8.000 ledige med mere end tre måneders ledighed, der ønsker beskæftigelse inden for bygge- og anlægsbranchen, jf. tabel 5.2.

Knap halvdelen omfatter ufaglærte fag – byggearbejder og jord- og betonarbejdere – og AF/jobcentrene skal derfor fortsat være opmærksom på disse grupper, særligt i forhold til opkvalificeringsindsatsen.

Det skal bemærkes, at en person kan optræde flere gange i opgørelsen, hvis personen søger beskæftigelse inden for flere typer job.

² Arbejdskraftreserven er defineret som personer med mere end tre måneders sammenhængende ledighed, der er jobsøgende inden for bygge- og anlæg.

Tabel 5.2. Arbejdskraftreserven i region Hovedstaden & Sjælland inden for Bygge- og anlægsbranchen (uge 25, 2005 – uge 24, 2006)¹⁾

Stillingsbetegnelse	Arbejdskraftreserve (Antal personer)
Anlægsstruktør	49
Brolægger	353
Byggearbejder	2.415
Bygningsmaler	905
Bygningsnedker	257
Elektriker	541
Gulvlægger	219
Jord- og betonarbejder	1.380
Murer	651
Specialarbejder/maler	81
Tømrer	848
Vvs montør	183
I alt	7.882

Kilde: Beskæftigelsesministeriets forløbsdatabase DREAM, CV-banken og AMANDA

1) Arbejdskraftreserven er defineret som ledige, der har været ledige i mere end tre måneder.

Hertil kommer, at der ligger en stor arbejdskraftreserve i udlandet, og rekruttering af udenlandsk arbejdskraft er da også øget i kampagneperioden. Området er beskrevet mere uddybende i afsnit 6.2.2 vedr. iværksatte initiativer.

6. Den konkrete indsats

Med henblik på opfyldelse af de i afsnit 4 nævnte resultatkrav har AF-regionerne i handlingsplanen for kampagnen fastlagt en fælles indsats på både udbuds- og efterspørgselssiden. De fastlagte indsatsområder samt den efterfølgende konkret iværksatte indsats er beskrevet nedenfor.

6.1. Indsatsen på udbudssiden

6.1.1. Fastlagte indsatsområder

På udbudssiden er de fastlagte indsatsområder følgende:

- Generel afdækning af udbuddet via:
 - Hyppige kontaktsamtaler.
 - Afklaring af kvalifikationer, hvor de ledige indplaceres i 4 kategorier: ^{A)}Formidlingsparat, ^{B)}Behov for kort opkvalificering, ^{C)}Behov for længere opkvalificering og ^{D)}Nyt fagområde.
 - Motivation, afklaring, rådgivning og vejledning mhp. at tiltrække ledige fra andre sektorer.
- Fokus på formidlingsindsatsen, herunder styrket tværregional formidling og øget rekruttering af udenlandsk arbejdskraft.
- Alle ledige med behov for aktivering skal have et relevant tilbud.

6.1.2. Iværksatte indsatsområder

Der er iværksat forskellige konkrete indsatser i de enkelte regioner. I det følgende beskrives de mere overordnede indsatsområder, mens regionernes konkrete indsatsområder er beskrevet i *bilag 1*.

Afdækning af de lediges kvalifikationer

Alle regioner har afklaret de lediges kvalifikationer og indplaceret dem i de 4 kategorier. Den procentvise fordeling mellem de enkelte kategorier er angivet i nedenstående tabel 6.1.

Heraf fremgår det, at langt størstedelen af de ledige – 68 procent - var formidlingsparate, mens 20 procent havde brug for at blive hjulpet over i et nyt fagområde. De resterende ledige inden for bygge- og anlægsbranchen havde behov for opkvalificering inden for deres fagområde, hvoraf størstedelen kun havde behov for et kort opkvalificeringsforløb.

Tabel 6.1. Afdækning af de lediges kvalifikationer

Kategori	Andel
Formidlingsparat	68%
Behov for kort opkvalificering	11%
Behov for længere opkvalificering	2%
Nyt fagområde	20%

Intensive kontaktforløb

Alle regioner har gennemført et intensivt kontaktforløb (herunder jobklubaktiviteter), og nogle regioner har haft kontakt med de ledige hver eller hver anden uge. Der har i kontaktforløbet været lagt ekstra vægt på pålæg om jobsøgning.

I kampagneperioden er i alt 653 ledige i Østdanmark blevet pålagt, at søge et konkret job, og der har været i alt 12.091 kontakter med ledige inden for bygge- og anlægsbranchen.

I samme periode året før havde AF i Østdanmark 14.040 kontakter med ledige inden for Bygge- og anlægsbranchen, hvilket svarer til, at antallet af kontakter er faldet med 14%. Da ledigheden inden for bygge- og anlægsbranchen er faldet med mere end 50% fra 2005 til 2006, er det faldende antal kontakter ikke udtryk for mindre intensiv kontakt – tværtimod svarer antallet af kontakter til branchens ledige i 2006 til en øget intensitet i kontaktforløbet i 2006 i forhold til 2005.

Opkvalificering

Der har været generel fokus på opkvalificering, herunder øget fokus på anvendelse af voksenlærlingeordningen. Der er således etableret 64% flere voksenlærlinge-forløb i kampagneperioden i forhold til samme periode året før.

Derudover har flere regioner gennemført forkvalificerings-/introduktionsforløb, ”Åbent Hus arrangementer” mv. med henblik på at tiltrække flere personer til branchen.

Østdanmark har haft en lille stigning i jobplaner med beskæftigelsesmål inden for bygge- og anlægsbranchen. Således blev der i 2005 i gennemsnit indgået 8 handlingsplaner om ugen med et beskæftigelsesmål inden for branchen mod et gennemsnit på 9 i 2006.

6.2. Indsatsen på efterspørgselssiden

6.2.1. Fastlagte indsatsområder

På efterspørgselssiden er de fastlagte indsatsområder følgende:

- Generel afdækning af efterspørgslen via:
 - Gennemførelse af phonerkampagne i virksomhederne (ekskl. Bornholm³).
 - Intensiv virksomhedskontakt, herunder opfølgning på alle virksomheder, der tilkendegiver et rekrutteringsbehov.
- Fokus på formidlingsindsatsen, herunder styrket tværregional formidling og øget rekruttering af udenlandsk arbejdskraft.

6.2.2. Iværksatte indsatsområder

Der er iværksat forskellige konkrete indsatser i de enkelte regioner. I det følgende beskrives de mere overordnede indsatsområder, mens de enkelte regioners konkrete indsatsområder er beskrevet i bilag 1.

Phonerkampagne

I perioden 20.02.06 – 03.03.06 gennemførte regionerne (ekskl. Bornholm) en phonerkampagne i 1.000 virksomheder med henblik på at afdække efterspørgslen efter arbejdskraft. Hovedresultaterne i phonerkampagnen er angivet i nedenstående tabel 6.2.

³ Bornholm havde kort forinden afdækket efterspørgslen.

Tabel 6.2. Hovedresultater af phonerkampagnen

Problemstilling	Andel i Beskæftigelsesregion Hovedstaden & Sjælland (ekskl. Bornholm)
1. Forventer virksomheden at ansætte flere medarbejdere i de kommende 3 måneder?	46%
2. Ønsker virksomheden kontakt med AF til rekruttering?*	30%
3. Har virksomheder ansat arbejdskraft inden for de seneste 3 måneder?	61%
4. Har virksomheden forgæves søgt arbejdskraft inden for de seneste 3 måneder?	33%
5. Har virksomheden sagt nej til arbejdsopgaver pga. mangel på arbejdskraft?	33%
6. Forventer virksomheden at have flere medarbejdere om 1 år ift. i dag?	34%
7. Må oplysninger til din virksomhed videregives til AF?	95%

* Andelen er målt ift. de virksomheder, der forventer at ansætte flere medarbejdere i de kommende 3 måneder.

Primo marts måned 2006 forventede næsten halvdelen af regionens virksomheder således at ansætte flere medarbejdere henover foråret/sommeren. Der har da også været et stigende antal ordrer i løbet af kampagneperioden, jf. ovenfor.

Derudover forventede hver 3. virksomhed at have flere medarbejdere ansat om 1 år i forhold til samme tidspunkt i 2006.

Endelig skal det nævnes, at de virksomheder, der har ønsket kontakt med AF vedr. rekruttering er blevet kontaktet og bistået af AF i forbindelse med rekruttering.

Styrket formidlingsindsats

Regionerne har lagt øget vægt på formidlingsindsatsen. Som led heri er der udsendt brochurer om kampagnen og AF's muligheder for at hjælpe virksomhederne i forbindelse med rekruttering. Efterfølgende er der fulgt op overfor de virksomheder, der har reageret på markedsføringen.

Derudover har regionerne etableret et netværk i forhold til tværregional formidling. Formålet er, at regioner der ikke kan besætte en jobordre straks henvender sig til en af personerne i netværket med henblik på tværregional formidling.

Endelig er der ugentligt fulgt op på ubesatte job. Det er sket ved henvendelse til arbejdsgiverne med efterfølgende formidling af ledige.

Østdanmark har i kampagneperioden (oktober 2005 til juni 2006) modtaget 423 formidlingsordrer mod 332 i samme periode året før, svarende til en stigning på 27%.

Styrket virksomhedskontakt

Som led i afdækningen af efterspørgslen har regionerne gennemført 43% flere virksomhedsbesøg i kampagneperioden i forhold til samme periode året før. Der blev således i perioden oktober 2005 til juni 2006 gennemført 2.348 virksomhedsbesøg i Østdanmark mod 1.641 virksomhedsbesøg i samme periode året før.

Derudover er virksomhederne blevet informeret om AF's generelle virksomhedsservice, herunder hjælp til rekruttering, voksenlærlinge, ansættelse med løntilskud mv.

I forbindelse med virksomhedskontakten er der samtidig forsøgt en forventningsafstemning mellem virksomhederne og AF i forhold til kvalifikationerne hos den tilbageværende ledighedsgruppe.

Rekruttering af udenlandsk arbejdskraft

EURES-indsatsen er styrket i kampagneperioden, og to regioner (Storstrøm og Vestsjælland) har på baggrund af erfaringerne i kampagnen evalueret EURES-indsatsen med henblik på fremtidig anvendelse i forbindelse med flaskehalsindsatsen.

Der henvises til "*Opsamling på østregionernes erfaringer med rekruttering af udenlandsk arbejdskraft under byggekampagnen, september 2006*" for nærmere beskrivelse af erfaringerne.

Her skal blot nævnes opsamlingens overordnede anbefalinger til hvordan rekruttering af udenlandsk arbejdskraft bør gribes an fremover:

- Etablering af formidlingsnetværk på tværs af landegrænser
- Afholdelse af 1 -2 informationsmøder i udlandet årligt – arbejdsmarkedets parter bør deltage på disse møder.
- Der bør overvejes nye metoder til udbredelse af kendskabet til jobmuligheder i Danmark
- Der bør etableres et egentligt Cross-border samarbejde mellem Lolland-Falster og Nordtyskland
- Iværksætte forsøg med koordinerende jobcentre, der står for den praktiske koordinering af rekruttering på tværs af landegrænser

- Der bør for at lette administrationen udarbejdes bedre informationsmateriale (vedr. skatteforhold, bolig, bankkonto mv.) til både arbejdssøgende fra udlandet og danske arbejdsgivere

7. Samarbejde

Som led i kampagnen er iværksat en række samarbejdsinitiativer i forhold til a-kasser, arbejdsgiverorganisationer og øvrige relevante samarbejdspartnere.

7.1. Samarbejdet med a-kasserne

På vegne af regionerne har Arbejdsmarkedsstyrelsen indgået en landsdækkende samarbejdsaftale med AK-Samvirke. Aftalen indeholder en række elementer, bl.a. at de ledige hver uge skal bekræfte deres tilmelding med henblik på at minimere afmeldeproblematikken, samarbejde om formidling og kontaktførelse mv. Den samlede samarbejdsaftale fremgår af *bilag 2*.

På baggrund af den centrale samarbejdsaftale har de enkelte AF-regioner indgået lokale aftaler med de fleste lokale a-kasser. De lokale aftaler følger i vid udstrækning konceptet i den centrale samarbejdsaftale.

Derudover har a-kasserne været inddraget i forbindelse med rekruttering af udenlandsk arbejdskraft.

7.2. Samarbejdet med arbejdsgiverorganisationer

De fire regionsdirektører har løbende holdt møder med Byggefagenes arbejdsgiverorganisationer (Dansk Byggeri, Tekniq og Danske Malermestre).

På møderne har man drøftet status for bygge- og anlægskampagnen, arbejdsgiverens rolle i kampagnen, det videre forløb i kampagnen samt nye initiativer på bygge- og anlægsområdet. Organisationerne har således opfordret deres medlemsvirksomheder til at anvende AF og Jobnet ifm. rekruttering.

Derudover er planlagt en perspektivanalyse af det fremtidige kvalifikationsbehov i branchen. Analysen udarbejdes i et samarbejde mellem arbejdsgiverorganisationerne og beskæftigelsesregionerne.

8. De organisatoriske rammer

8.1. Organisering

Øst-regionerne har i Bygge- og anlægskampagnen organiseret sig med en styregruppe og to arbejdsgrupper: En indsats- og opfølgingsgruppe samt en overvågningsgruppe.

AF-Storkøbenhavn har været sekretariat for grupperne.

Styregruppen

Styregruppen ledes af Beskæftigelsesregion Hovedstaden & Sjælland og har AF-regionscheferne og formændene for arbejdsgrupperne som medlemmer. Styregruppen har afholdt møde ca. én gang om måneden og har det overordnede ansvar for kampagnens gennemførelse, herunder ansvaret for at udbud og efterspørgsel bliver afdækket og dokumenteret, samt at regionerne iværksætter aktiviteter i overensstemmelse med det afdækkede behov.

Indsats- og opfølgingsgruppen

Indsats- og opfølgingsgruppen er ansvarlig for, at de aftalte aktiviteter iværksættes og dokumenteres. Arbejdsmarkedscheferne deltager i denne gruppe.

Overvågningsgruppen

Overvågningsgruppen overvåger udviklingen på arbejdsmarkedet, og bidrager til dokumentation af indsatsen, herunder resultaterne af indsatsen. Analysemedarbejdere fra sekretariaterne deltager i denne gruppe.

Organiseringen i regionerne

Internt i de enkelte regioner har man organiseret Bygge- og anlægskampagnen meget forskelligt. Generelt gælder det dog, at de personer, der har deltaget i arbejdsgrupperne for kampagnen ligeledes har deltaget i regionale arbejdsgrupper eller netværk.

8.2. Ressourceforbrug

Den tætte kontakt til de ledige og virksomhederne samt de mange møder undervejs i kampagnen har medført et betydeligt ressourceforbrug i kampagnen. Samlet set skønnes merressourceforbruget at være ca. 10 årsværk i hele Østdanmark⁴.

København har haft det klart største merforbrug, dels som følge af regionens størrelse, dels som følge af at regionen har varetaget sekretærfunktionen for styregruppe, indsats- og opfølgingsgruppe samt overvågningsgruppen.

I betragtning af de store rekrutteringsproblemer er det ikke et voldsomt ressourceforbrug, at der er anvendt ca. 10 ekstra årsværk, når der er tale om næsten halvde-

⁴ Merressourceforbruget er defineret som det forbrug, der ligger udover ressourceforbruget til den "normale" indsats på området. Skønnet er baseret på skøn fra de enkelte AF-regioner.

len af landet. Samtidig er der klar dokumentation for, at indsatsen har gjort en forskel. Endelig er der opsamlet en del erfaringer i kampagnen, som kan bruges fremadrettet. Merressourceforbruget kan dermed også ses som en ”investering i fremtiden”.

8.3. Kommunikation

Intern kommunikation

Den interne kommunikation er primært sket via styregruppen og de to arbejdsgrupper. Derudover har Øst-regionerne etableret en hjemmeside til informationsudveksling. Hjemmesiden er fælles med – og har samme indgang som – Vest-regionernes hjemmeside.

Endelig har der undervejs i kampagnen været erfaringsudvekslinger mellem Øst- og Vestdanmark.

Ekstern kommunikation

I alle regioner er der endvidere sket en løbende orientering af de regionale arbejdsmarkedsråd og underudvalg til arbejdsmarkedsrådet.

Herudover er regionernes samarbejdspartnere løbende blevet orienteret om kampagnen. Det gælder både regionernes leverandører af kontaktføløb, den kommunale jobformidling, a-kasserne samt relevante uddannelsesinstitutioner.

De enkelte regioner har haft et tæt samarbejde med a-kasserne. Endvidere har de fleste regioner haft et bredere samarbejde med de øvrige faglige organisationer på bygge- og anlægsområdet, herunder organisationer, der repræsenterer arbejdsgiverne. Samarbejdet har afvejet fra region til region og været af mere eller mindre formel karakter.

Bilag 1

Opsamling på initiativer i kampagneperioden

1. Hvilke initiativer har regionerne iværksat på udbudssiden:

- Systematisk gennemgang af samtlige ledige med kvalifikationer inden for bygge- og anlægsområdet – i nogle regioner er det sket i samarbejde med a-kasserne. De ledige er indplaceret i fire kategorier: ^{a)}Umiddelbart formidlingsparat, ^{b)}Behov for kort opkvalificering, ^{c)}Behov for længere opkvalificering og ^{d)}Nyt fagområde. Hovedparten er vurderet som umiddelbart formidlingsparate.
- Intensivt kontaktføreløb med ledige inden for bygge- og anlægsområdet, hvor der i nogle regioner har været kontakt hver eller hver anden uge. Kontaktføreløbet har bl.a. lagt styrket vægt på pålæg om jobsøgning.
- Fokus på voksenlærlingeordningen og opkvalificering inden for bygge- og anlægsområdet.
- Introduktionsforløb for ledige med interesse for bygge- og anlægssektoren – i nogle regioner er det sket i samarbejde med arbejdsgiverorganisationer.
- Gennemførelse af ”Åbent Hus arrangement” mhp. tiltrækning af arbejdskraft fra andre sektorer. Ringe tilslutning fra virksomhederne til dette arrangement.
- Gennemførelse af særlige forløb mhp. at flytte ledige til fagområder med flaskehalse/mange jobåbninger, herunder gennemførelse af særlige etniske forløb.

2. Hvilke initiativer har regionerne iværksat på efterspørgselssiden:

- Udvikling af fælles koncept for afdækning af virksomhedernes efterspørgsel.
- Stigende antal virksomhedsbesøg med vægt på præsentation af Jobnet og voksenlærlingeordningen.
- I visse regioner ugentlig opfølgning på ubesatte job.
- Udsendelse af brochurer om kampagnen og AF's muligheder for at hjælpe virksomhederne med rekruttering.
- Gennemførelse af phonerkampagne i 1.000 virksomheder mhp. afdækning af virksomhedernes efterspørgsel.
- Opfølgning på virksomheder, der melder om mangel på arbejdskraft.
- Styrket EURES-indsats, herunder afholdelse af rekrutteringsmøder i Tyskland med efterfølgende ansættelse af ca. 40 tyske håndværkere.
- Styrket tværregional formidling, herunder etablering af netværk med udpegnings af kontaktpersoner.
- Forventningsafstemning mellem virksomhederne og AF ift. kvalifikationer hos den tilbageværende ledighedsgruppe.

3. Hvilke samarbejdsinitiativer har regionerne iværksat ift. hhv. a-kasser og arbejdsgiverorganisationer:

A-kasserne:

- Indgåelse af central samarbejdsaftale mellem AK-Samvirke og AMS, der bl.a. indeholder et krav om, at ledige hver uge skal bekræfte deres tilmelding mhp. at minimere afmeldeproblematikken. Den centrale samarbejdsaftale er fulgt op af lokale aftaler.
- Afholdelse af fællesmøder med deltagelse af relevante a-kasser og arbejdsgiverorganisationer.
- Styrket samarbejde om ledige, hvor der er tvivl om rådighed, eller hvor der er behov for at skifte fagområde.
- Inddragelse af a-kasser ifm. kommende uddannelsesmesse.
- Nedsættelse af bygge- og anlægsgruppe med repræsentanter fra Rådet, a-kasser, virksomheder og erhvervsskoler i to regioner.
- Samarbejde omkring rekruttering af udenlandsk (primært tysk) arbejdskraft.

Arbejdsgiverorganisationerne:

- Afholdelse af fællesmøder med deltagelse af relevante a-kasser og arbejdsgiverorganisationer.
- Deltagelse i medlemsmøde mhp. generel information om AF's virksomhedsservice.
- Nedsættelse af bygge- og anlægsgruppe med repræsentanter fra Rådet, a-kasser, virksomheder og erhvervsskoler i to regioner.
- Samarbejde omkring rekruttering af udenlandsk (primært tysk) arbejdskraft.

Bilag 2

Aftale mellem Arbejdsmarkedsstyrelsen og A-kassernes Samvirke om intensiveret samarbejde inden for bygge- og anlægssektoren

AF-regionerne har i efteråret 2005 indledt en intensiveret flaskehalsindsats på bygge- og anlægsområdet. Denne aftale sigter på at inddrage a-kasserne i flaskehalsindsatsen for at sikre et mere effektivt resultat af indsatsen inden for bygge- og anlægsområdet.

Aftalen indgås mellem Arbejdsmarkedsstyrelsen og A-kassernes Samvirke med henblik på at sætte rammer for et styrket samarbejde mellem alle AF-regionerne og de relevante a-kasser, herunder at udpege konkrete samarbejdsmodeller og iværksætte forsøg inden for bygge- og anlægsområdet. Inden for de nedenstående rammer indgår AF og den enkelte a-kasse konkrete samarbejdsaftaler.

Formålet med aftalen er at styrke indsatsen for at forebygge og afhjælpe flaskehalsproblemer i bygge- og anlægssektoren. I den forbindelse er det målsætningen via de styrkede samarbejdsrelationer:

- at det effektive arbejdsudbud synliggøres og øges
- at sikre en synliggørelse af flest mulige job
- at formidlingsindsatsen styrkes
- at der sker en løbende afprøvning af den reelle arbejdskraftmangel
- at påvirke adfærden hos arbejdsgivere og -tagere ved korttidsledighed

Det er en fælles forpligtelse, at der i henhold til denne aftale indledes konkrete samarbejdsaktiviteter på bygge- og anlægsområdet mellem parterne i regionerne.

Erfaringerne fra dette samarbejde kan efter aftale udbredes til andre flaskehalsområder og til jobcentre. Erfaringerne vil endvidere indgå i overvejelserne om der på sigt kan skabes mulighed for bedre it-understøttelse af aftalens enkelte elementer.

Samarbejde om jobformidling og Jobnet

AF og a-kasserne etablerer et tæt og effektivt samarbejde om formidling af job. Hensigten med samarbejdet er at sikre hurtig ekspedition af jobordrer fra arbejdsgivere og hurtig besættelse af de ledige job. A-kasserne har som regel godt kendskab til de ledige og deres specifikke kvalifikationer, og dette kendskab skal udnyttes optimalt. Samtidig skal Jobnet indgå mere aktivt, således at ledige job synliggøres på Jobnet.

I alle regioner indføres følgende samarbejdsmodel:

- Jobordrer, der meldes til AF: Når AF modtager jobordrer, som ikke umiddelbart kan besættes, inddrager AF øjeblikkeligt de relevante a-kasser for at kvalificere udsøgningen af de ledige, som vil kunne bestride jobbene. AF og a-kasserne aftaler nærmere, hvordan de ledige skal kontaktes. Når AF modtager større jobordrer, tages kontakt til de relevante a-kasser mhp. et formidlings samarbejde.
- Jobordrer, der meldes til a-kasserne: Det er normalt, at arbejdsgivere henvender sig til a-kasserne for at få formidlet ledig arbejdskraft. Denne kontakt vil fortsætte. Når a-kasserne modtager jobordrer, som ikke umiddelbart kan besættes, inddrager a-kassen øjeblikkeligt AF for at kunne kvalificere udsøgningen af ledige, som vil kunne bestride jobbene.
- Ledige job, som ikke umiddelbart kan besættes af AF – heller ikke via tværregional formidling - eller a-kassen, lægges på Jobnet.
- Arbejdsgivere, der offentligt eller på anden vis tilkendegiver, at de ikke kan skaffe den ønskede arbejdskraft, kontaktes øjeblikkeligt af AF mhp. at afdække det reelle arbejdskraftbehov, og relevante a-kasser inddrages i evt. løsning af problemet.
- Når AF har pålagt en ledig at søge bestemte job, følger a-kassen op på, hvad der kommer ud af denne jobsøgning.

Til- og afmelding af ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsgag

Der skal etableres et samarbejde mellem a-kasserne og AF, som gør til- og afmeldingen mere retvisende. Det skal entydigt kunne identificeres hvilke personer, der er ledige inden for de enkelte flaskehalsramte fag i bygge- og anlægssektoren.

I udvalgte regioner indføres - på forsøgsbasis - følgende samarbejdsmodel:

- Ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsgag skal ugentligt bekræfte sin ledighed via Jobnet. A-kassen sikrer på baggrund af lister fra AF eller via digital informationsudveksling, at det enkelte medlem bekræftes eller afmeldes via Jobnet senest inden udgangen af den efterfølgende uge.
- A-kassen forpligtes til at benytte Jobnet, når a-kassen tilmelder den ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsgag til AF. Dette skal sikre, at der ved alle tilmeldinger angives den lediges 1. prioritets fagønske.

Kvalitetssikring og synliggørelse af CV samt fastlæggelse af kontaktføreløb

De lediges CV'er er udgangspunkt for AF's formidlingsindsats. AF og a-kasserne skal samarbejde om at sikre, at CV'et er synligt og tilgængeligt fra første ledighedsdag, og at CV'et er fyldestgørende og relevant mht. uddannelsesoplysninger og faglige/geografiske jobsøgningsområder.

I alle regioner indføres følgende samarbejdsmodel vedr. ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsområder:

- A-kasserne sikrer, at de ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsfag gør deres CV aktivt på Jobnet umiddelbart efter tilmelding.
- A-kasserne afholder CV-samtale med ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsfag inden for den første ledighedsuge mhp. kvalitetssikring af CV'et. I den forbindelse sikrer a-kassen, at den lediges CV er fyldestgørende (herunder at fagbetegnelse, arbejdsområder og uddannelsesoplysninger er registrerede og korrekte) og aktivt på Jobnet.
- A-kassen meddeler AF, hvis den ledige er formidlet til eller pålagt at søge konkrete job ifm. CV-samtalen. Udmøntningen heraf er afhængig af den it-understøttelse, der kan etableres.
- AF indkalder ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsfag til kontaktsamtale i anden ledighedsuge. I den forbindelse placeres den ledige i matchkategori, og der henvises til eller pålægges jobsøgning af konkrete job, såfremt der er egnede job til rådighed. A-kassen underrettes om evt. henvisning eller pålæg af jobsøgning.
- Ifm. kontaktsamtalen fastlægger AF det videre kontaktføreløb, herunder evt. intensiv kontakt eller evt. deltagelse i jobsøgningsaktiviteter.
- Inden for a-kasseområder, hvor der ikke kan etableres samarbejde mellem AF og a-kassen, henvises den ledige fra flaskehalsramte bygge- og anlægsfag til jobsøgnings-/jobklubforløb eller intensivt kontaktføreløb.

Afklaring af ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsfag

A-kassernes medlemskendskab skal anvendes til at hjælpe ledige, der ikke har tilstrækkelige kompetencer eller har andre jobmæssige barrierer til at varetage job på bygge- og anlægsområdet.

I alle regioner indføres følgende samarbejdsmodel:

- I den løbende kontakt med de ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsgfag afklarer både AF og a-kasserne den lediges kompetencer, jobmuligheder og jobsøgningsadfærd.
- A-kasserne forpligtes til at oplyse AF om ledige, der mangler kvalifikationer eller har andre jobmæssige barrierer inden for fagområdet, så det kan vurderes, om der skal tilbydes afklaring, opkvalificering, efteruddannelse eller andre tiltag.
- Både AF og a-kasserne forpligtes til at tage handling vedr. ledige inden for flaskehalsramte bygge- og anlægsgfag, som ikke længere kan varetage job inden for fagområdet.

Øget arbejdsudbud

Uddannelse bør anvendes mere offensivt mhp. at få øget arbejdsudbuddet inden for bygge- og anlægsområdet. Der skal findes modeller for en mere målrettet anvendelse af voksenlærlingeordningen, og kortere, målrettet opkvalificering bør ligeledes anvendes mere målrettet.

I alle regioner indføres følgende samarbejdsmodel:

- A-kassen afdækker via kontakten med ledige medlemmer, om der er interesse for et voksenlærlingeforløb inden for de aktuelle flaskehalsområder.
- Såvel a-kassen som AF orienterer løbende arbejdsgiverne om voksenlærlingeordningen generelt, om ansøgningskema og om evt. kandidater, der er ledige.
- Anvendelse af voksenlærlingeordningen for beskæftigede skal aftales nærmere med den enkelte AF-region af hensyn til evt. økonomiske begrænsninger.

Fleksibel tilbagetrækning

Den fleksible efterløn anvendes i ringe udtrækning til egentlig fleksibel og gradvis tilbagetrækning fra arbejdsmarkedet. For at udvide arbejdsudbuddet er gradvis tilbagetrækning en mulighed, hvis der kan indgås aftaler herom i virksomhederne.

I alle regioner indføres følgende model:

- A-kasserne rådgiver i forbindelse med udstedelse af efterlønsbevis til medlemmer på bygge- og anlægsområdet om muligheden for at kombinere arbejdstimer med efterlønstimer, som alternativ til fuldstændig tilbagetrækning.

A-kassernes Samvirke

Dato

Arbejdsmarkedsstyrelsen

Dato