

Vi förändrar arbetsmarknaden

Slutrapport

Uppgifter om projektet

Namn på projektet	1000 jobb - Grundsteget	Startdatum	2015-10-01
Kontaktperson för projektet	Diana Ghinea	Slutdatum	2018-09-30
Telefonnummer	073-375 62 05		
E-post	diana.ghinea@coompanion.se		

Syftet med en slutrapportering är att skapa en enhetlig struktur för insamling av information om projektet i sin helhet och ska bidra till lärande. Slutrapporten ska också underlätta spridning av resultat och metoder från Socialfondsprojekt i Sverige. I slutrapporten ombeds ni därför beskriva uppnådda resultat samt redogöra för ett antal centrala delar i projektets genomförande.

Under varje rubrik finns en inledande text om avsnittets innehåll. Det är viktigt att slutrapporten bygger på en diskuterande redogörelse.

Sammanfattning

Sammanfattningen kommer att användas av ESF-rådet i olika sammanhang. Lägg därför stor vikt vid att få en så rättvisande sammanfattning som möjligt

1000jobb-Grundsteget är ett ESF-finansierat projekt med syftet att skapa ett hållbart system och ett förankrat arbetssätt för arbetsintegrerande socialt företagande i Göteborgsregionen, som skapar förutsättningar för att 1 000 personer är anställda i de sociala företagen i regionen 2020. Detta har konkretiserats i sju olika mål, både kvalitativa och kvantitativa.

197 deltagare har tagit av projektets insatser, i form av arbetsintroduktion, utbildningar i socialt företagande, branschutbildningar, hälsocoachning, språkträning och praktik. Inom projektet har startats tre nya arbetsintegrerande sociala företag varav en social franchise (Le mat Jonsered) och har satts igång Social Trade - de sociala företagens säljorganisation. Projektet har också tagit fram en kommunikationsstrategi för de sociala företagen samt en uppsamling frågor och svar (FAQ-lista) kring arbetsintegrerande sociala företag. Projektets processbeskrivningar ligger till grund för det fortsatta samarbetet mellan myndigheter och sociala företag kring placering av deltagare.

Projektets stora utmaningar har varit den förändrade målgruppen, en konsekvens av den positiva konjunkturen på arbetsmarknaden samt omfattande omorganisationer inom partnermyndigheterna och ändrade regelverk. Detta har lett till en större flexibilitet kring

projektets arbetssätt och anpassningar till den nya målgruppens förutsättningar, vilket har genererat nya och oförutsedda resultat - till exempel ett framgångsrikt modell för ökad anställningsbarhet hos nyanlända.

Ett annat innovativt arbetssätt som projektet har använt sig av är utnyttjandet av ideburna-offentliga partnerskap (IOP), där två av tre fortsätter efter projektets tid.

Med hjälp av projektet har de sociala företagen i Göteborgsområdet blivit starkare tillsammans och det har etablerats ett arbetssätt mellan myndigheterna och de sociala företagen som fortsätter efter projektet, i form av metodträffar och en samverkansnätverk.

Projektet har genomförts i samarbete med ett trettiotal arbetsintegrerande företag, Skoopi GR, Arbetsförmedlingen, Arbetsmarknad- och Vuxenutbildningsförvaltningen, Social Resursförvaltningen, Business Region Göteborg, SDF Västra Hisingen, Partille kommun och Falkenberg kommun.

Projektidé och förväntade resultat

Redogör för projektets syfte och övergripande projektmål, delmål och avsedda förväntade resultat. Har syfte, mål och målgrupp förändrats under projektiden? Varför i sådana fall? Hur många kvinnor och män har deltagit i projektet?

Projektets syfte är att skapa ett hållbart system och ett förankrat arbetssätt för arbetsintegrerade socialt företagande i Göteborgsregionen som skapar förutsättningar för att 1 000 personer är anställda i de sociala företagen i regionen 2020. På så sätt kan sociala företag bidra till att fler får möjlighet att gå från bidrag till lön. Detta syfte har konkretiserats i sju olika mål som i sin tur har bryts ner i ett antal tillhörande mål.

Målen och delmålen har reviderats två gånger efter att projektansökan har beviljats. Den första mål-/delmålrevidering gjordes i samband med avstämningsrapporten, i anslutning till planeringsfas och innan den genomförandefasen har startat, är marginell och av en mer kvalitativ karaktär. Detta har resulterat i omvända procent/proportioner i mål 1. Det andra målrevideringen har gjorts hösten 2017, är enbart kvantitativ, avser det totala antalet deltagare och innebar också en budgetrevidering. Båda revideringarna är kopplade till målgruppens ändrade förutsättningar vilket till slut ledde till att projektet fick en annan målgrupp än planerad.

Projektet hade följande övergripande mål:

Mål 1: Projektet har lett till att 2018 har 30% av deltagarna blivit anställda och 20% har praktikplats på väg till anställning i de arbetsintegrerade sociala företagen (140 pers)

Reviderat mål: Projektet har lett till att 2018 har 20% av deltagarna blivit anställda och 30% har praktikplats på väg till anställning i de arbetsintegrerade sociala företagen (100 pers)

Mål 2: Projektet har lett till att ytterligare 30% (84) av projektets deltagare har genom socialt företagande tagit avgörande steg mot arbetsmarknaden (anställning, utbildning eller praktik)

Reviderat mål: Projektet har lett till att ytterligare 30% (60) av projektets deltagare har genom socialt företagande tagit avgörande steg mot arbetsmarknaden (anställning, utbildning eller praktik)

Mål 3: Nya arbetsplatser har skapats i befintliga sociala företag samt fyra nya sociala företag har etablerats.

A. Det gemensamma säljkooperativet har etablerat en samverkan med SF:s och myndigheternas

gemensamma rekrytering och utbildningar så att det finns snabbare vägar till anställning i företagen.

B. Fyra nya sociala företag etableras

C. Samarbete runt finansieringen för deltagande företag

D. 2018 finns en gemensam extern kommunikation som gör att omvärlden förstår begreppet socialt företagande och känner till kvalitetsmärket.

E. För varje deltagargrupp finns en tillräcklig branschkunskap och ett hållbart kvalitetsarbete.

Delmål E har tagits bort för att flyttas över till ett annat projekt.

Mål 4: Projektet har skapat fler och hållbara karriärvägar för individer

A. Alla deltagare har erbjudits en trygg process från bidrag till lön.

B. Deltagarna och ledare upplever att utbildning och handledning gett kompetens som skapat möjlighet till anställning.

C. Samtliga deltagare har kunnat erbjudas olika karriärvägar genom nätverk av SF.

D. En övergripande kommunikationsstrategi har givit att myndigheter/deltagare känner till och nyttjar SF och dess möjligheter/erbjudanden för individen.

Delmål C har tagits bort eftersom det ansågs kunna vara en naturlig del av processen för många deltagare.

Mål 5: 2018 finns inom varje myndighet ett strukturerat arbetssätt för arbetet med sociala företag

A. Dokumenterade och kända riktlinjer för SF finns inom myndigheterna.

B. En ansvarig för SF finns inom varje kontor som aktivt arbetar med processer för SF.

C. 100 tjänstemän deltagit i kompetensutveckling

Mål 6: Projektet bryter den könsmässiga snedrekryteringen till SF.

A. Projektet har varit lika attraktivt och effektivt för båda könen.

B. Resurser ges likvärdigt till båda könen.

C. De ingående företagen har jämställdhetspolicy med konkreta handlingsplaner särskilt inriktade på rekrytering och attraktivitet.

D. De befintliga företagen har fått bättre balans mellan könen i arbetsgruppen 2018.

E. Utbildningarna har gett deltagarna ökad kunskap om könsroller.

Fokusen har ändrats från att arbeta med jämställdhetsintegrering till att arbeta utifrån diskrimineringsgrunderna.

Mål 7: Projektets resultat är spritt i Västsverige.

A. Lokalt partnerskap och plan för hur Le Mat startas i Falkenberg.

B. 20 deltagare i Falkenberg har genomgått Le Mat intro-utbildning.

C. Etableringsanalyser i ytterligare 3 kommunalförbund samt Halland.

D. Grundläggande kunskap om modellen i alla samordningsförbund

E. Övriga SF i Västsverige använder märkningen och 5 är anslutna till säljkooperativet.

Delmålen har reviderats efter planeringsfasen, utifrån förändrade omständigheter, vilket resulterade i följande:

Se fortsättning på slutet på Uppföljning och utvärdering pga problem med kopiera in text i rutan!

Projektets resultat, mål och indikatorer

Beskriv projektets faktiska resultat i förhållande till den ursprungliga planeringen. Redogör kvantitativt och kvalitativt för t. ex. nya kunskaper och förändringar i attityder, riktlinjer och arbetssätt. Hur har projektverksamheten arbetat för att säkerställa deltagande på lika villkor för kvinnor och män?

Mål 1: Projektet har lett till att 2018 har 20% av deltagarna blivit anställda och 30% har praktikplats på väg till anställning i de arbetsintegrerande sociala företagen (100 pers)

Resultat:

28 deltagare har blivit anställda i arbetsintegrerande sociala företag, vilket motsvarar 14 % av projektdeltagarna (6% mindre). Ytterligare två andra har blivit erbjudna anställning men olika omständigheter (hälsoproblem) gjorde att det inte blev av.

16 deltagare har skrivits över till de sociala företagen och har fått tillhörande planering, vilket motsvarar 8%, vilket är betydligt mindre än de planerade 30% som projektet har siktat på. Anledningen till det är att det är svårt för de sociala företagen att täcka de handledningskostnader som en placering medför, för en deltagare som har ökat sin anställningsbarhet och är däremot inte berättigad till handledningsstöd/ersättning (de deltagare från Arbetsförmedlingen som har varit med i projektet har fått ett praktikbeslut, som inte omfattar handledningsersättning till praktikanordnaren. Under projektiden har handledningskostnaden varit täckt av projektet).

Mål 2: Projektet har lett till att ytterligare 30% (84) av projektets deltagare har genom socialt företagande tagit avgörande steg mot arbetsmarknaden (anställning, utbildning eller praktik)
Reviderat mål: Projektet har lett till att ytterligare 30% (60) av projektets deltagare har genom socialt företagande tagit avgörande steg mot arbetsmarknaden (anställning, utbildning eller praktik)

Detta är ett mål som vi finner svårt att mäta med de resurser som vi har haft i projektet. Vi väljer att tolka det som andel deltagare som har ökat sin anställningsbarhet genom projektet, efter att ha tagit del av projektets insatser och som vid avslut har ansetts ha fullföljt projektet. Utifrån detta har vi följande resultat:

67 av projektets 197 deltagare (34 %) har fullföljt projektet;

28 deltagare har fått anställning på sociala företag;

5 deltagare har gått vidare till studier

4 deltagare har fått anställning utanför projektet

49 personer har deltagit i projektets kärnutbildningar

34 personer har deltagit i projektets hälsokurs

40 personer har deltagit i projektets branschutbildningar

20 personer har tagit del av utbildningsinsatser inom God Man-programmet/spåret

67 personer har tagit del av utbildningsinsatser inom Le Mat (bed&breakfast) –programmet/spåret

Mål 3: Nya arbetsplatser har skapats i befintliga sociala företag samt fyra nya sociala företag har etablerats.

Samarbetet med Social Trade har varit en fast punkt i projektet och det har blivit starkare när projektet har anställt en medarbetare som har själv varit deltagare på ett socialt företag, för att arbeta med att synka Social Trade:s olika uppdrag med de sociala företagens branschkompetens och utbildningsbehov. 40 projektdeltagare har tagit del av branschutbildningar inom grönyteskötsel, städ, trädgård, hygien och hantering av livsmedel. Detta har haft en direkt koppling till de uppdrag som de sociala företagen har fått via Social Trade: städ & grönyteskötsel på olika bostadsrättsföreningar, städ på Clarion Post Hotellet, catering etc.

Tre nya sociala företag har etablerats genom projektet:

God Man med Hjärta, tillsammans med Karriär Kraft

Le Mat Jonsereds fabriker, en social franchise som driver hotell
Fastighetsservice, tillsammans med Vägen Ut!-kooperativen

Alla företag har startats i början av projektet. Ett fjärde företag – Green Catering skulle ha startats tillsammans med Vägen ut!-kooperativen. Redan under planeringsfasen har vi insett att det tar för mycket kraft från projektet att starta fyra nya företag samtidigt och vi har beslutat att senarelägga Green Catering. I slutet av projektets första år och med erfarenhet av de förändrade förutsättningarna har vi gjort en ny analys och kommit fram till att det kan vara mer effektivt och mer i linje med projektets mål att istället satsa på att stötta de befintliga företagen inom Vägen Ut!-kooperativen som redan hade en köksverksamhet. Vi valde att stötta Lärjeåns kök & trädgårdar, Kajskjul 46 och Ångås Trädgård med affärsutveckling och utveckla en "green catering"-spår istället. Lärjeåns kök & trädgårdar, som har mest erfarenhet och framgång inom branschen bland Vägen ut!-kooperativen, har haft en coachande roll gentemot de andra två. Kajskjul 46 har numera konferens & catering verksamhet och Ångås har öppnat Kafé Majvallen, ett boulekafe i Majorna. Kajskjul 46 är ett av företagen som har tagit del av projektets workshopspaket i affärsutveckling (fyra tillfällen). Detta har följt företagarnas egna utvecklingsplaner och varit ett komplement till andra insatser i samma syfte (affärscheckar).

En intressant utveckling är att två ASF-grupper som har varit partner i projektet har startat nya företag under projektets tid: Forum Skill har startat Tråd & Trade, ett skrädderi inriktad på industrisömnad och GF SAK har startat två kaféer- Kafé Via Nova och Kafé Glashuset. Alla tre företag har tagit emot projektdeltagare som har tagit del av projektets utbildningar och även fått anställning på företaget.

Samarbetet kring finansiering för deltagande företag har skett via Mikrofonden Väst, som har tillhandahållit lånegarantier till Le Mat Jonsereds Fabriker, Mashallahgruppen och Lärjeåns kök & trädgårdar. Dessa företag har också fått vägledning i finansiella frågor, som även Vägen ut! Fastighetsservice har fått.

Projektet har, tillsammans med representanter från de sociala företagen, tagit fram en gemensam kommunikationsstrategi (bilaga 6). Denna kompletteras med en FAQ-lista (frågor och svar om arbetsintegrerande sociala företag – bilaga 7).

Mål 4: Projektet har skapat fler och hållbara karriärvägar för individer

En viktig del i att skapa en trygg process för deltagarna har varit deltagarnas delaktighet och inflytande, att det är deltagarna som äger processen. Deltagarprocessen består av sex olika steg: information av projektet, studiebesök på företaget, intervju, kartläggning, avstämning och Rusta-fasen (bilaga 2). Varje deltagare hade ansvaret för att besluta om hen vill vara med i projektet och gå genom varje steg, vidare till nästa.

Deltagarvägen börjar med att deltagarna fick information om projektet, via handläggare på myndighet, informationsmöten med projektansvariga eller både och. Efter information fick den presumtiva deltagaren välja om hen skulle vilja höra mer om projektet och komma på studiebesök på ett eller flera sociala företag. Besöket bokades av ansvarig handläggare i projektets Google-kalender (där alla företag har lagt fasta veckotider för studiebesök) eller direkt hos projektets deltagaransvarig. Syftet med studiebesöket är att ge en inblick i vad ett socialt företag är, hur det fungerar, vilka är de som jobbar eller gör en arbetsintroduktion där samt få en känsla för miljön och arbetsuppgifterna. I samband med studiebesöket har den presumtiva

deltagaren möjlighet att välja om hen vill gå vidare till intervju eller inte. Intervjutid bokas tillsammans med projektets deltagaransvarig, som också genomför det. Ett antal företag valde att genomföra intervjuerna själva (Tråd & Trade, Le Mat), vilket vi har stöttat (med hänsyn till implementeringen). Syftet med intervjun var att ge mer information om projektet och dess arbetssätt samt ta reda på om det valda företaget/arbetsplatsen passar den presumtiva deltagaren. Intervjun fungerar också som ett ytterligare beslutsmoment där den presumtiva deltagaren fick bestämma sig om hen vill/inte vill ingå i projektet. Detta följs av avstämning med handläggare på myndigheten och förberedning av myndighetsbeslut, om fallet. Nästa steg är kartläggning på det valda företaget (20 närvarodagar) och avstämning utifrån framtaget kartläggningsmall. Avstämningen är en tre -, ibland fyrparts avstämning: deltagare, handledare på företag, projektets deltagaransvarig och eventuellt handläggare på myndighet. I vissa fall har tolk också varit med. I samband med avstämningen fick deltagarna möjlighet att förlänga sin kartläggning, byta företag, avbryta deltagandet i projektet eller gå vidare till Rusta-fasen. Syftet med en gemensam kartläggningsmall är att en deltagare ska kunna göra sin kartläggning på ett företag för att sedan gå vidare till ett helt annat företag i partnerskapet. Det handlar också om projektets och företagets kvalitetssäkring, att det inte spelar roll vart en deltagare kartläggs eftersom det följer samma arbetssätt. Detta har gjort det möjligt för deltagarna att byta företag inom projektet och till och med kartläggas på ett företag och få erbjudande om anställning på ett annat företag – vilket är ett resultat som vi vill lyfta fram. Väl i Rusta-fasen har deltagarna tagit del av projektets hälsokurs som anordnades i två omgångar, tre omgångar kärnutbildningar (socialt företagande, kommunikation & medarbetarskap, marknadsföring & sälj) samt specifika branschutbildningar: grönyteskötsel, trädgård, hygien & livsmedelshantering, städ.

Tillgänglighet har varit ytterligare en aspekt som vi har beaktat i projektet, inte minst inom projektets kärnutbildningar där vi har använt oss av filmer och vi har gjort utbildningsmaterialet tillgänglig på projektets hemsida.

Projektets förhållningssätt har varit att kontinuerligt anpassa sig till målgruppen (den förändrade målgruppen) och dess behov. Detta har resulterat i framtagning av nya projektspar, med olika inriktningar dock alla med syftet att öka deltagarnas anställningsbarhet. Se bild i bilaga.

Deltagarna har haft möjlighet att byta mellan de olika spåren, till exempel vi har haft deltagare från huvudspåret som har bytt till Le Mat-spåret samt deltagare från praktik- och etableringsspar som har fortsatt i projektets huvudspår och tagit del av projektets utbildningar.

Projektets FAQ –lista har spridits till Tillväxtverket, Sofisam, Arbetsförmedlingen (centralt) och Skoopi samt på andra ställen i landet (24) där det finns lokala Coompanion kontor. Detta, tillsammans med det förenklade budskapet som kommunikationsstrategin har tagit fram, skapar bättre förståelse hos myndighetshandläggare angående vad ASF är och vad de erbjuder till sina deltagare.

Ett annat sätt att den kunskap och förståelse om vad de sociala företagen är och kan erbjuda till personer som har svårt att etablera sig på arbetsmarknaden var projektets rekryteringsfrukostar. Projektet har börjat anordna så kallade "rekryteringsfrukostar" en gång i månaden (december 2016-april 2018) för handledare på företagen och handläggare på myndigheten, i syfte att underlätta kommunikation och avstämningar kring deltagare och deras placering samt skapa nya möjligheter för rekrytering av nya projektdeltagare.

Mål 5: 2018 finns inom varje myndighet ett strukturerat arbetssätt för arbetet med sociala företag

De myndigheter som projektet har samarbetat med kring deltagare är Arbetsförmedlingen (AF), stadens kompetenscentra och stadsdelsförvaltningarna Västra Hisingen och Angered. Projektet har haft en samordnare/ansvarig tjänsteperson på varje AF-kontor (Etablering, Centrum, Västra Frölunda, Västra Hisingen, Angered), en för stadens alla kompetenscentra (fyra) samt en för varje stadsdelsförvaltning inblandad. Tillsammans med samordnare har projektet utvecklat tydliga riktlinjer och processbeskrivningar för samarbetet med de sociala företagen. Processbeskrivningarna har reviderats under våren 2018 och är en del av projektets implementering. (Se bilaga 4)

Projektet har anordnat sex bussrundturer på sociala företag i vilka har deltagit 127 tjänstepersoner, som kompetensutveckling.

Mål 6: Projektet bryter den könsmässiga snedrekryteringen till sf.

Fokuset har ändrats från att arbeta med jämställdhetsintegrering till att arbeta utifrån diskrimineringsgrunderna. I projektet har deltagit 106 kvinnor och 91 män (54/46 procent) dvs. en jämn könsfördelning. Av 32 deltagare som har fått anställning (fyra utanför sociala företag) är 20 kvinnor och 12 män, vilket motsvarar 62,5% kvinnor och 37,5% män. Vi har jobbat medvetet med att bryta könsstereotyper genom att skapa blandade och genusbalanserade deltagargrupper, till exempel uppmuntra män att välja kök/catering verksamhet och kvinnor att välja placering på Fastighetservice, där två av fyra som blev anställda är kvinnor. Ett annat exempel är det nystartade företaget Tråd & Trade, inom Forum Skill, som har inriktat sig på industrisömnad och som har anställt tre manliga skräddare hänvisade från AF Etablering. Forum Skill är en paraplyorganisation för flera verksamheter/sociala företag som har medvetet valt att rikta sig på att jobba med enbart kvinnor.

Projektet har också haft en jämställdhetskonsult (anställd på Forum Skill, som har kompetens i att arbeta med intersektionalitet och normkritik) som har hållit i ett fortbildningsprogram med 9 träffar (hösten 2016-våren 2018) samt stöd och coachning till företagen. I insatsen har åtta representanter deltagit från de sociala företagen (som bl.a. fick göra jämställdhetsanalyser på de egna företagen och se över organisationernas arbetssätt kring jämställdhet/jämlikhet), projektets deltagaransvarig och projektets utbildningsansvarig. På så sätt har projektet sett till jämställdhets- /jämlikhetsperspektivet genomsyrar deltagarprocessen: deltagaransvarig från rekrytering till placering på företaget och avstämningar, utbildningsansvarig för att kvalitetssäkra projektets utbildningar och handledare på de sociala företagen.

Mål 7: Projektets resultat är spritt i Västsverige.

I Falkenberg har bildats ett lokalt partnerskap där såväl Falkenbergs kommun, AF, Coompanion Halland och Le Mat Sverige deltog. Därtill deltog ett antal ur målgruppen. En plan upprättades och en ansökan till Leader lämnades in av Falkenbergs kommun (som kommer upp till beslut närmaste tiden). I den ansökan finns en plan för start.

13 deltagare gick en introduktion utbildning i Falkenberg enligt social franchise modellen Le Mat, under hösten 2016 och våren 2017.

Etableringsanalyser genomfördes under projektiden i Falkenberg för Le Mat, i Mölndal och i Kungälv. En analys påbörjades men slutfördes aldrig i Alingsås. Förutom den som gjordes i Falkenberg så har de analyserna inte lett till konkreta planer i dagsläget.

Samordningsförbunden i Göteborgsregionen har tagit del av 1000jobb-modellen vid några tillfällen genom möten med tjänstemän. Diskussioner har förts hur den kan implementeras vidare. Dock pga omorganisering av samordningsförbunden i Göteborgs stad så kunde frågan inte aktualiseras under projektiden. I samordningsförbundet Ale med flera har processer startat för etablering av ASF. Övriga samordningsförbund i regionen har tagit del av den genom att projektledning träffat Samverkansgruppen för Samverkan VG som är ledningen av nätverket av samordningsförbund i Västra Götaland.

Under projektiden har Social Trade fått sex nya medlemmar, plus Sjuhäradsmusketörerna som består av fem ASF i Sjuhärad. De företag som har tillkommit är: GF SAK, Forum Skill, Mashallahgruppen, Ängås Trädgårdar, Lärjeåns kök & trädgård och Fastighetsservice.

Beskriv projektets huvudsakliga arbetssätt och kortfattat vilka metoder, utbildningar och andra aktiviteter som användes. Vad var det som gjorde skillnad, vad ledde fram till det önskade resultatet? Beskriv eventuellt nya metoder eller material som tagits fram i projektet.

Projektet har haft tre strategier för att uppfylla sitt syfte och sina mål och dessa har varit:
att starta fler/nya sociala företag;
att öka tillväxt i befintliga sociala företag;
att förbereda nya arbetstagare.

Tre nya företag har startats inom projektet: två tillsammans med de befintliga paraplyorganisationerna Vägen ut! (Fastighetsservice) och Karriär Kraft (God Man med Hjärtat) och ett enligt det Italienska social franchise modellen Le Mat. Eftersom Fastighetsservice och God Man med Hjärtat har etablerats inom befintliga organisationer och enligt de befintliga organisationernas modell, kvalificerar dessa också som social franchise.

För att öka tillväxt i befintliga sociala företag har projektet skapat en serie av workshoppar (fyra workshoppar a tre timmar var plus individuell coaching) i affärsutveckling där fyra företag har deltagit. Ytterligare två andra företag har fått stöd och coaching i affärsutveckling. Detta har kompletterats med kompetensutveckling för anställda på sociala företag, där 32 personer har fått ökade kunskap i grundläggande företagsekonomi (13), sömnad (10) och hantering av farligt avfall (9).

Att förbereda nya arbetstagare innebär framtagning av projektets deltagarmodell (bilaga 2), där flera metoder har varit avgörande för att skapa ett strukturerat arbetssätt kring deltagarna, mellan myndigheterna och de sociala företagen. Vi har jobbat utifrån målet "en väg in" där projektets deltagaransvarig har samordnat kontakten mellan handledare på myndighet och de sociala företagen. Projektets hemsida har fungerat som en plattform där vi har annonserat de inriktningar (inklusive beskrivningar) och deltagarplatser på sociala företag. För lättare bokning av studiebesök har vi tagit fram en Google-kalender där varje företag har lagt in fasta/återkommande besöksdagar och som handläggare på myndighet hade tillgång till, för att direkt kunna boka deltagare på studiebesök. Tydliga processbeskrivningar, med beskrivningar av roller och förväntningar har varit avgörande för projektets framgång. Regelbundna avstämningar med deltagare, handledare på företag, handläggare på myndighet och deltagaransvarig har varit viktiga för att kvalitetssäkra deltagarprocessen. De deltagare som har gått vidare i Rustafasen har blivit erbjudna en hälsokurs, tre korta kärnutbildningar i social företagande, kommunikation och marknadsföring samt specifika branschutbildningar.

De ovan nämnda strategierna har kompletterats av en övergripande förankringsstrategi hos projektets partner, som har byggt på en flernivå förankring. Förankringsarbetet har gjorts genom projektets nio arbetsgrupper:

1. Projektgrupp: bestod av projektledningen, deltagaransvarig, utbildningsansvarig, ekonomiansvarig och har adjungeras, utifrån behov, av representant från Social Trade, kommunikatör och företagsutvecklare. Syftet har varit kontinuerligt uppföljning, avstämning, planering och genomförande.
2. Styrgrupp: representanter från relevanta myndigheter, medfinansiärer och sociala företag (bilaga 1), har stöttat projektledningen i förankringsarbetet, problemlösning och uppföljning av projektet.
3. Delstyrgrupp: styrgruppens representanter från Göteborg Stads olika myndigheter har format en egen arbetsgrupp med fokus på omvärldsbevakning och påverkansarbete.
4. Samverkansgruppen i Partille: Le Mat, Partille Kommun och Arbetsförmedlingen i Partille.
5. Referensgrupp: representanter från de sociala företagsgrupperna, har agerat som bollplank till projektledningen och jobbat med förankring i de egna företagen
6. Kommunikationsgrupp: har letts av projektets kommunikatör, bestått av projektledning och representanter från de sociala företagen och har tagit fram kommunikationsstrategin för sociala företag och FAQ-listan (bilagorna 6 och 7).
7. Sektionschefgruppen: bestod av sektionschefer från Arbetsförmedlingens olika kontor (inklusive AF Etablering) som jobbade med förankring i den egna organisationen, implementering av projektresultat och behandlade frågor som kom från projektets metodgrupp.
8. Metodgruppen: bestod av projektansvariga/samordnare från Arbetsförmedlingen samtliga kontor, samordnare för stadens kompetenscentra, samordnare på Jobbcentrum Äpplet/Västra Hisingen och samordnare från de sociala företagen samt projektledare och deltagaransvarig. I denna grupp har tagits fram projektets processbeskrivningar (bilaga 4).
9. Karriärstödgruppen: bestod av karriärstödare från de sociala företagen, deltagaransvarig och projektledare. Gruppen har tagit fram projektets kartläggningsmall (bilaga 5), fastställt riktlinjerna för den handledning som har erhållits deltagarna och hanterat olika frågor kopplade till den handledning och karriärstöd som deltagarna fick inom projektet.

Bilaga 9 ger en bild av projektets flernivåförankring. Vissa frågor har behandlats i alla arbetsgrupper, vid olika tillfällen – till exempel framtagningen av nya projektspar och rekryteringsstrategier.

En annan metod som vi har använt i projektet var att teckna Idébarna- offentliga partnerskap (IOP) mellan projektet/sociala företag och myndigheterna, som har reglerat intagningen av deltagare, den ersättning som företagen fick för handledning av deltagare och själva deltagarprocessen. Inom projektet vi har tecknat ett IOP med Göteborgs Stads Arbetsmarknad- och vuxenutbildningsförvaltning (Arbvux) och två mellan Le Mat Jonsered och Partille kommun (vilka fortsätter efter projektiden).

Kommunikation, spridning och påverkansarbete

Beskriv hur ni arbetat med spridning och påverkansarbete. I vilka sammanhang har i spridit erfarenheter från projektet? Vilka organisationer har ni riktat er till? Hur förs projektresultatet vidare?

Projektet har fört ett kontinuerligt påverkansarbete som har skett på olika fronter, från enskilda myndighetskontor till stadspolitiken. Påverkansarbetet har varit nödvändigt i ett sammanhang av förändrade omständigheter, där projektets måluppfyllelse bygger på en bra samverkan med myndigheterna. Projektet har till och med haft en egen arbetsgrupp för påverkan och omvärldsbevakning av stadens satsningar i området, där styrgruppens representanter från BRG, Arbvox och Social Resursförvaltning har träffats regelbundet.

Projektledningen har informerat om projektet omgående under projektets tid, i olika sammanhang, inklusive särskilda informationsträffar på stadsdelsförvaltningar, stadens kompetenscentra, samordningsförbunden, Arbetsförmedlingen regionalt och centralt, Tillväxtverket. ESF:s egna projektledarnätverk har varit ytterligare ett forum för att sprida erfarenheter från projektet.

Projektet har också presenterats på BRG:s aktörsnätverk och på Samverkansforumet för jämlikt Göteborg, som har regelbundna träffar.

Projektets utveckling och resultat har kommunicerats regelbundet genom 5 nyhetsbrev och projektets hemsida (www.1000jobb2020.se), där också filmer, intervjuer samt tillgängliga projektplatser har publicerats.

Eftersom Coompanion Göteborgsregionen (projektägare) är en del av ett nationellt nätverk med 24 andra kontor i hela landet, har projektets också spridits i detta sammanhang. Projektets deltagarmodell har presenterats i Coompanions nationella ASF-grupp, dvs. den arbetsgrupp som arbetar med utveckling av arbetsintegrerande sociala företag, där projektets kommunikationsstrategi och FAQ-lista har mottagits bra. Särskild uppmärksamhet har fått Social Trade och modellen för samarbetet med myndigheterna, som flera regioner har visat intresse att anamma.

Coompanion Göteborgsregionen har drivit ett annat, regionalt projekt under 2017-2018, med fokus på arbetsintegrerande sociala företag: FAF – Flera Arbetsintegrerande Sociala Företag. Vi har synkat dessa två projekt och sett till att de förstärks och kompletterar varandra och att erfarenheterna från 1000jobb sprids i hela regionen.

Stora Sociala Företagsdagen är ett återkommande, årlig nationell konferens som anordnas av Coompanion Göteborgsregionen och där projektets ide, resultat och erfarenhet har spridits under tre konsekutiva år: 2016, 2017, 2018.

Projektet har även varit uppmärksammat på EU-nivå. Le Mat Jonsered har vunnit REVES Award of Excellence (2017) och projektet har blivit utvalt att presenteras på European Week of Regions and Cities 2017, under workshopen 'ESF and social inclusion: Lessons learnt/The way forward'. Projektet har också presenterats på den EU konferensen "Creating value together: towards business partnerships between social economy and traditional enterprises" (https://research.net/r/creating_value, juli 2018), på inbjudan av ESF Network.

Den lokala tidningen SYRE har också haft en artikel om projektet och dess genomslag.

Uppföljning och utvärdering

Hur har extern utvärderare konkret bidragit till projektarbetet? Hur har ni själva arbetat med uppföljning och utvärdering i projektet? På vilket sätt har det varit ett stöd för projektverksamheten?

Den externa utvärderaren har varit ett viktigt stöd och bollplank till projektledningen under projektets genomförande. Projektets särskilda utvärderare har deltagit på projektets styrgruppsmöten och ställt relevanta frågeställningar i samband med deltidsvärderingarna. Dessutom har den externa utvärderaren varit ansvarig för projektets årliga lärande-/utvärderingsworkshoppar (tre, en för varje projektår) vars inriktning och innehåll har planerats tillsammans med projektledningen. I nedladdningen av God Man-spåret har projektledningens egen utvärdering förstärkts av den som den externa utvärderaren har gjort.

Projektet har också haft egna utvärderingar av projektets utbildningar (hälsokurs, kärn- och branschutbildningar) och den kontinuerliga uppföljningen har gjorts genom veckovisa projektmöten. Projektets karriärstöd-, metod- och referensgrupper har också varit arenor för att följa upp projektets resultat samt resultat av olika åtgärder.

Här kommer fortsättning på "Projektide och förvänta resultat" då vi hade problem med att kopiera in texten i den rutan:

Delmålen har reviderats efter planeringsfasen, utifrån förändrade omständigheter, vilket resulterade i följande:

- A. Lokalt partnerskap och plan för hur Le Mat startas i Falkenberg.
- B 20 deltagare i Falkenberg har genomgått Le Mat intro-utbildning.
- C. 5-6 st etableringsanalyser i Göteborgsregionen
- D. Information om modellen till alla (6) samordningsförbund.
- E. Ytterligare 5 sociala företag i Västsverige är anslutna till Social Trade.

Projektets deltagarantal har reviderats från 280 till 200, totalt har 197 personer varit med i projektet - varav 106 kvinnor och 91 män (54/46 procent) dvs. en jämn könsfördelning.

Den viktigaste förändring och projektets svåraste utmaning är förändringen av målgruppen. Projektets har designats och planerats i en period som kännetecknades av lågkonjunktur på arbetsmarknaden och dess målgrupp har avsetts vara personer som står utanför arbetsmarknaden men inte långt borta från det – men andra ord, personer som har varit arbetssökande i ungefär ett år. Projektets målgrupp skulle inte bestå av de personer som är traditionell målgrupp till de arbetsintegrerade sociala företagen (ASF) utan personer som har en högre arbetsförmåga. Hela projektlogiken bygger på att förstärka arbetskraften på de sociala företagen så att dessa kan bli starkare på leverans av sina produkter/tjänster, öka kvalitén för att kunna utöka sina affärsverksamheter och anställa flera. Däremot, på grund av nedladdningen av Fas 3 (förändring av Arbetsförmedlingens regelverk) och omorganisation i staden (uppbyggande/uppförande av stadens kompetenscentra vilket medförde minskade resurser i stadsdelsförvaltningarna) har den traditionella verksamheten som ASF har (leverans av arbetsträning) inte varit efterfrågad i lika hög grad som när projektets förstudie gjordes. Konsekvensen blev att de befintliga ASF som var partner i projektet har blivit resurssvaga och varit tvungna att göra personalnedskärningar, den finansiella stabiliteten som skulle ha fått affärsverksamheterna att växa och utvecklas och som projektet hade räknat med fanns inte.

För att sammanfatta: ändrade externa förutsättningar har varit mer omfattande och har påverkat projektet mer än den initiala riskanalysen kunde förutse. Det är följande förutsättningar som har spelat roll:

- ändring av AF:s regelverk dvs. nedladdning av Fas 3;
- ändring av Migrationsverket regelverk och migrationspolitiken;
- omorganisering inom Göteborgs stad;
- omorganisering av samordningsförbunden.

Projektets partnerskap har också förändrats under tiden, med två företag som har hoppat av projektet på grund av interna omorganisationer – Karriär Kraft och Basta Väst, samt nya företag som har kommit in: Mashallahgruppen, Tråd&Trade, Kafé Glashuset.

Beskriv hur ert projektresultat helt eller delvis kommer att användas i ordinarie verksamhet och i befintliga strukturer. Om implementering uteblir - beskriv varför? Hur har ni arbetat för att resultaten tas om hand?

Projektet syftade till att stärka förutsättningarna för att fler personer blir anställda på arbetsintegrerande sociala företag. De viktigaste förutsättningarna för att detta ska ske är att företagen har en bra ekonomi som bygger på en hållbar affärsmodell och ett bra arbetssätt gentemot de myndigheter (Arbetsförmedlingen, stadens kompetenscentra) som de samarbetar med och kan köpa handledning och arbetsintroduktion för personer som är eller riskerar bli utanför arbetsmarknaden. Projektet har tagit fram en modell för rekryteringen och placering av deltagare på sociala företag som bygget på att de sociala företagen framstår som en grupp, en enad front gentemot myndigheterna och inte som enskilda organisationer. Projektets processbeskrivningar fungerar som underlag för placering av deltagare på arbetsintegrerande sociala företag, projektets ansvariga tjänstepersoner på Arbetsförmedlingen och stadens kompetenscentra är fortsättningsvis kontakt- och resurspersoner för samarbetet med sociala företag.

Projektets metodgrupp, med kontaktpersoner på myndigheter och representanter från de sociala företagen, fortsätter träffas och de sociala företagen turas om att vara sammankallande. Vi har arbetat för att implementeringen ska omfattas av ett samarbetsavtal med alla inblandade parter. Detta har visat sig vara svårt för myndigheternas sida där pågående omorganisationer och valår, som gjorde att projektets samarbetspartner inte kunde ta ett sådant åtagande. Däremot kommer projektets styrgrupp fortsätter träffas i form av ett samverkansnätverk med ansvariga tjänstepersoner från Arbetsförmedlingen, Social Resursförvaltningen, Business Region Göteborg, Arbetsmarknad- och vuxenutbildningsförvaltningen (Arbvux), Coompanion, Skoopi GR och de sociala företagsgrupperna, där Arbetsförmedlingen är sammankallande. Både metodgruppen och samverkansnätverket har inbokade möten för 2019.

Inom projektet har också tecknats tre idéburna- offentliga partnerskap (IOP): ett med Arbvox som har reglerat intaget av deltagare från stadens kompetenscentra och socialtjänsten i Angered (inklusive antal och ersättningsmodell) samt två för samarbetet mellan Le Mat Jonsered och Partille kommun. IOP-et med Arbvox kunde inte förnyas utanför projektets period, medan de med Partille kommun fortsätter.

Dessutom ligger projektets deltagarmodell och erfarenhet i grund till programmet kvalitetssäkrad arbetsträning som det nationella ESF-projektet ASF-Akademien genomför.

Kommentarer och tips

Vilka tips vill ni delge framtida projekt? Vad gick bra och varför? Vad gick mindre bra och varför?

1000 jobb har varit ett utmaningsfyllt projekt som har omgående fått förhålla sig till kontinuerligt ändrade omständigheter. Den främsta utmaningen har varit den förändrade målgruppen, vilket betyder att projektets deltagarmodell har behövt justeras och anpassas konstant.

Den positiva konjunkturen på arbetsmarknaden och det förändrade regelverket har gjort att projektets tilltänkta målgrupp – personer som befinner sig utanför arbetsmarknaden men inte långt borta från det, dvs. som har varit arbetssökande i mellan ett och två år- inte har varit tillgänglig. Detta innebär att projektet har behövt förhålla sig till en betydligt svagare målgrupp, som är mycket nära den målgrupp de sociala företagen har på arbetsträning. Projektets modell har varit tänkt som ett komplement till det etablerade arbetsträningen, där arbetsintroduktion görs i ett snabbare tempo och kompletteras med utbildningar. På så sätt skulle de sociala företagen förstärka sina affärsverksamheter, som skulle blivit mindre sårbar (starkare arbetskraft) men

också bredare – genom att erbjuda både arbetsträning och ökad anställningsbarhet enligt 1000jobb modellen.

Konsekvenserna har varit att:

- Det har varit svårt att rekrytera deltagare till projektet. Vi har varit tvungna att göra om och förnya projektets rekryteringsstrategier vilken innebär att vi har behövt lägga mer tid och resurser på rekrytering än vi har räknat med. Det som har fungerat bra om som vill delge till andra projekt är att ha en tät kontakt med ansvariga samordnare/kontaktpersoner på myndigheter och informera väldigt mycket om projektet, både tjänstepersoner som jobbar med målgruppen och presumtiva deltagare, vid olika tillfällen. Det som har gett bäst resultat var att skapa en intern arbetsgrupp med projektets kontaktpersoner på de olika AF- kontoren som har samordnad sig och anordnat gemensamma rekryteringsträffar med specifikt inriktning (till exempel, städ och fastighetsservice, restaurang och catering). På dessa träffar har projektets erbjudande presenteras av: projektrepresentant (projektledare och/eller deltagaransvarig), representant/handledare från de sociala företagen och deltagare/anställd på socialt företag. Detta har varit en framgångsfaktor som vi vill delge andra projekt.

- Vi har inte kunnat hålla fast till projektets deltagarmodell så som det har varit tänkt från början. Eftersom deltagarna behövde mer tid än initialt beräknat har modellen blivit flexibelt och anpassningsbart utifrån den enskilda deltagarens behov. Vissa deltagare har behövt mer tid för i projektet för att öka sin anställningsbarhet, vilket innebär att projektets Rusta-fas har varierat från tre till 12 månader och även mer. Eftersom deltagarnas arbets-, språk- och kommunikationsförmåga har varierat mycket har vi skapat olika, specifika spår med olika fokus: etableringsspåret (för deltagare från AF Etablering), praktikspåret och språkträningsspåret (se bilaga 3). Deltagarna har sedan kunnat fortsätta i huvudspårets rustafas och ta del av projektets utbildningar om intresserade.

- Det har varit viktigt med mandat och intern förankring hos alla partner. Att kunna jobba med projektets frågor med olika arbetsgrupper, på olika nivåer, har varit avgörande för projektets genomförande och dess resultat och det vill vi gärna skicka vidare till andra projekt.

- "En väg in", dvs. att ha en ingång/samordning för placering av deltagare på sociala företag har varit mycket uppskattad av handläggarna på myndigheter, då det har minskat förvirring, bidragit till en tydligare bild om vad sociala företag kan erbjuda och förenklat processen. Att projektets deltagaransvarig har fungerat som ett nav till de sociala företaget och att processen har varit detsamma oavsett företag är en framgångsfaktor som vi vill lyfta fram.

- Vi har ännu inte kommit fram till det rätta sättet att säkra branschutbildningar för projektets och de sociala företagens deltagare. Projektets ambition var att skapa ett samarbete med Arbvux för att upphandlade utbildningsplatser som inte tillsätts skall komma till de sociala företagens förfråga. Vi har inte lyckats skapa ett system för detta utan det blir, i fortsättningen, förhandlingar och samarbete mellan enskilda företag och Arbvux.

- En framgångsfaktor för projektet och viktigt för att öka deltagarnas motivation och välmående har varit den upphandlade hälsokursen. Att kombinera hälsofrämjande insatser med arbetsintroduktion och branschutbildningar är ett bra sätt att öka deltagarnas anställningsbarhet.

- Genom projektet har de sociala företagen kommit mycket närmare varandra, agerar nu som en enad front och det har skapats nya samarbeten och nya, gemensamma projekt mellan dessa.

Kontaktperson för ytterligare information:

Namn: Diana Ghinea
Telefon: 0733756205
E-post: diana.ghinea@coompanion.se

Underskrift projektansvarig / projektledare:

Datum: Namnteckning

Namnförtydligande

Skicka även dokumentet till projektets ansvarige samordnare på Svenska ESF-rådet via e-post

Motivering till bedömning

Samordnare som bedömt slutrapport