

# FISKENS FRITIDSJOBFORMIDLING

## BROBYGGER MELLEML UNG OG ARBEJDSMARKED



### EN EVALUERING AF FRITIDSJOBFORMIDLINGSINDSATSEN

NOVEMBER 2016

UDARBEJDET AF LISE VINDEL

## 1. Foreningen FISKEN

Foreningen FISKEN er en frivillig forening, der blev grundlagt i 1984. Siden grundlæggelsen har FISKEN udviklet sig fra udelukkende at være et opholdssted i eftermiddags- og aften timerne for unge i socialt og/eller kulturelt udsatte positioner, til at være en forening, der ligeledes omfatter hjælp til fritidsjob og mentorordninger.

FISKENS Værested er et åbent og gratis tilbud for *alle* unge i alderen 13-19 år. I Værestedet arbejdes der relationelt med de unge brugere gennem anerkendelse, tryghed og nærvær.

FISKENS Fritidsjobformidlingen, som nærværende evaluering fokuserer på, er en hjælp til unge, som på egen hånd har svært ved at erhverve sig et fritidsjob. Tilbuddet beskrives udførligt i afsnit 4. *FISKENS Fritidsjobformidling.*

FISKEN 18+ er foreningens nyeste tilbud og er en mentorordning for unge mellem 18-24 år. Indsatsen fokuserer på individuelle mentorforløb, hvor den unges personlige udvikling, uddannelse og arbejde er i fokus.

Udover de tre etablerede indsatser tilbyder Foreningen FISKEN også hjælp til ansøgning om opholdstilladelse eller indfødsret, lektiehjælp og aktiviteter ud af huset.

Foreningen FISKEN er som nævnt en frivillig forening, hvilket betyder at foreningen er baseret på frivillighed. Udover nogle få ansatte har foreningen en bred gruppe af frivillige tilknyttet hhv. Værestedet, Fritidsjobformidlingen og FISKEN 18+. Foreningen FISKEN arbejder strategisk ud fra en overbevisning om, at frivillige styrker arbejdet med målgruppen gennem troværdighed og tilstedeværelse, og at de frivillige bidrager med forskellige ressourcer og kompetencer. For at sikre et godt frivilligmiljø arbejdes der ud fra målet om gensidig værdiskabelse. Dette sker gennem anerkendelse af de frivilliges engagement bl.a. ved at tilbyde dem kurser, supervision og foredrag.

I skrivende stund er der tre fuldtidsansatte, fire studentermedhjælpere og to praktikanter ansat. FISKENS tilbud afhænger således af frivillige, som udfylder rollerne som mentorer, relationsmedarbejdere og jobvejledere.

## 2. Evalueringen i hovedtræk

Evalueringens formål er at give en samlet beskrivelse af fritidsjobindsatsen, FISKENS Fritidsjobformidlings resultater og de unges vurdering af indsatsen.

FISKENS Fritidsjobformidling har siden sin opstart udviklet sig til at være et tilbud til *alle* socialt og/eller kulturelt udsatte unge mellem 13 til 24 år. Tilbuddet omfatter i dag individuelle samtaler, hjælp til CV og ansøgningsudarbejdelse, sparring og korrekturlæsning over Facebook, jobsamtale forberedende øvelser, opfølgning og støtte efter de unge er kommet i job, samt jobkurser på Københavnske folkeskoler.

Evalueringen viser at indsatsen er en succes da:

- **Antallet af jobformidlinger til børn og unge i udsatte positioner stiger** og har været stødt stigende siden januar 2013, hvorfra denne rapport data går tilbage til. Antallet af jobformidlinger afhænger hovedsageligt af antallet af jobsøgende unge, antallet af frivillige og ansatte, antallet af relevante stillinger samt indsatsens ressourcer til virksomhedssamarbejde om at skabe relevante jobs til målgruppen.
- **Brugerne af Fritidsjobformidlingen er positive i deres vurdering af indsatsen.** Brugerne af Fritidsjobformidlingen er udfordret på hvor og hvordan de søger et job, det er derfor oftest hjælp til hvilke stillinger de kan søge og hjælp til ansøgningsudarbejdelse de efterspørger. De adspurgte brugere fremhæver alle, at de får den hjælp og det udbytte af hjælpen som de ønsker. Endvidere lægger de vægt på at Fritidsjobformidlingens ansatte og frivillige er forstående, anerkendende og hjælpsomme.
- **Brugerne af Fritidsjobformidlingen vurderer tilbuddet som værende lettilgængeligt.** Denne lette tilgængelighed hænger sammen med at Fritidsjobformidlingen opsøger målgruppen, hvor de befinder sig, navnlig på skoler, på Facebook og som en forlængelse af FISKENS Værested. Endvidere vurderer brugerne at tilbuddet er lettilgængeligt, da det er nemt for dem at tage kontakt over Facebook eller telefon.
- **FISKENS Fritidsjobformidling har øget deres opsøgende arbejde** og samarbejder med lokale virksomheder, Jobcenter Københavns Ungecenter, Vesterbro Områdefornyelse, Vesterbro Lokaludvalg og en række private fonde i forhold til at finansiere, finde og skabe job til unge. Dette opsøgende arbejde vurderes som værende en vigtig faktor for indsatsens succes.

FISKENS Fritidsjobformidling anbefales:

- **At udarbejde et samlet registreringssystem**, hvor det vil være muligt at trække data fra i anonymiseret form. Dette kunne eventuelt udvikles i samarbejde med studerende på IT Universitetet.
- **At registrere antallet af samtaler som, hver enkelt bruger har haft.** På denne måde er det muligt at se nærmere på gengangere og antallet af samtaler.
- **At registrere antallet jobformidlinger fordelt på de enkelte brugere** så det bliver muligt at udtale sig om hvor mange unge der kommer i job.
- **At udforme en ny målgruppebeskrivelse**, da målgruppen med årene er blevet bredere og derfor ikke kun omfatter den oprindelige målgruppe. Beskrivelsen kan med fordel opdeles i primær og sekundære målgrupper.

### **3. Evalueringens formål**

FISKENS Fritidsjobformidling er siden sin start i 2008 blevet evalueret to gange, senest i 2010. Siden Fritidsjobformidlingens opstart og sidste evaluering har indsatsen udviklet sig, ændret form og ikke mindst fået vokseværk. Indsatsens udvikling og ændrede form ligger til grund for nærværende evaluering.

Denne evalueringens primære formål er:

*... at give Fritidsjobformidlingens ledelse, sponsorer og samarbejdspartnere en samlet beskrivelse af indsatsen, samt en samlet beskrivelse af indsatsens resultater*

Sekundært ønskes der endvidere:

*... at belyse de unges brug og vurdering af indsatsen*

#### **3.1 Metodiske refleksioner**

Evalueringen vil tage sit metodiske udgangspunkt i 'mixed methods' og dermed inkludere både kvantitativ og kvalitativ data i evalueringen af Fritidsjobformidlingens resultater og de unges brug og oplevelse af tilbuddet. Dette sker på baggrund af en erkendelse af, at hverken den kvantitative eller den kvalitative metode alene vil kunne belyse indsatsens resultater og de unges subjektive oplevelse af den hjælp de tilbydes af Fritidsjobformidlingen.

De kvantitative data som inkluderes er udformet på baggrund af de registreringer, som indsatsen løbende foretager. Disse registreringer omfatter antal gennemførte samtaler, antal jobformidlinger, antal udeblivelser fra samtaler samt data fra forskellige evalueringsskemaer.

Som supplement til de kvantitative data er der blevet gennemført 12 kvalitative telefoninterviews med brugere af Fritidsjobformidlingen. Interviewene er gennemført med en semistruktureret interviewguide, som giver rum til interviewpersonernes individuelle brug og vurdering af Fritidsjobformidlingen.

### 3.1.2 Kritik af data

Fritidsjobformidlingen registrerer en lang række data, som de både bruger i hverdagen og til at dokumentere arbejdet med de unge. Det blev dog klart under bearbejdelsen af de kvantitative data til nærværende evaluering, at retningslinjerne for registreringerne ikke er tydelige, hvilket medfører fejlregistreringer og manglende stringens. Endvidere ses det, at der ikke sker en fyldestgørende registrering af nødvendig data på målgruppen, såsom bopæl, antal gange de unge benytter Fritidsjobformidlingen, hvad brugerne har fået hjælp til og baggrundsviden om de enkelte brugere.<sup>1</sup> Dette har haft betydning for nærværende evalueringens fokus og har gjort det umuligt at måle på disse områder.

Fritidsjobformidlingen anbefales på baggrund af dette, at se nærmere på deres registreringssystemer, rette fokus på ensartethed i deres registreringer, minimere fejlregistreringer og ikke mindst genoverveje hvilke registreringer der er nødvendige ifm. det daglige arbejde men også ifm. fremtidige evalueringer.

Som beskrevet inddrager nærværende evaluering også data af kvalitativ karakter, nemlig telefoninterviews. Fordelen ved at lave telefoninterviews er, at det er lettere at hverve informanter, da interviewet kan foregå hurtigere over telefonen. Således skal informanten ikke bruge ligeså meget tid på interviewet, som et personligt møde ville kræve. Ulempen ved denne slags interviews er dog, at den mellem menneskelige relationen mellem interviewer og interviewperson svækkes og dermed mindskes graden af tillid. Brugere af Fritidsjobformidlingen er dog vant til at blive ringet op og tale med Fritidsjobformidlingens ansatte ifm. booking af samtaler, sparring og opfølgning. Det er derfor blevet vurderet, at fordelene ved brugen af telefoninterviews er højere end ulemperne.

---

<sup>1</sup> Fritidsjobformidlingen har siden august 2016 bedt brugerne udfylde en spørgeskema første gang de er til samtale, som bl.a. spørger ind til de unges bopæl, forældres uddannelsesbaggrund, sprogkompetencer osv. På den måde kan FJF få en omfattende baggrundsviden om målgruppen.

## **4. FISKENS Fritidsjobformidling**

### **4.1 Målgruppe**

FISKENS Fritidsjobformidling henvender sig særligt til unge, der ikke på egen hånd har forudsætningerne for at få et job.

Brugerskaren er primært unge mellem 13-24 år i socialt og/eller kulturelt udsatte positioner. Heraf har størstedelen en anden etnisk baggrund end dansk og kommer typisk fra familier, der er uddannelsesfattige, har svag tilknytning til det danske arbejdsmarked, taler dårligt dansk og bor i udsatte boligområder i København. Brugerskaren består både af piger og drenge, hvor nogle har en plettet straffeattest eller har afsonet en eller flere domme i fængsel. Flere i målgruppen oplever desuden at stå overfor udfordringer i skolen, misbrug, stigmatisering, diskriminering og/eller psykosociale problemer.

Fritidsjobformidlingens målgruppe er således en heterogen gruppe, som er sammensat af forskellige identitetskategorier såsom køn, alder, social- og økonomiskklasse, etnicitet, nationalitet og religion. Disse forskellige identitetskategorier interagerer med hinanden på forskellig vis og hver enkelt ung befinder sig i deres individuelle krydsfelt med dertilhørende udfordringer. Fælles for målgruppen er dog, at det er en gruppe af unge, som ikke er i besiddelse af et ressourcestærkt netværk, som kan støtte og hjælpe dem med at erhverve et fritidsjob.

### **4.2 Indsatsens indhold og udvikling**

FISKENS Fritidsjobformidling opstartede i 2008. Indsatsen havde til formål at formidle jobs til unge, der ikke på egen ville kunne finde et job. Udover en projektleder, var der to projektlederelever tilknyttet projektet. Disse projektlederelever var tidligere brugere af FISKENS Værested. Ideen med de to projektlederelever var, at de skulle uddannes og opkvalificeres til selv at kunne varetage den daglige ledelse af Fritidsjobformidlingen.

Det oprindelige projektforsøg løb fra 1. februar 2008 til 1. februar 2010. Derefter skulle indsatsen forankres som en selvstændig forening, drevet af projektledereleverne, med dens egen styregruppe. I løbet af projektperioden blev det dog tydeligt, at det ikke ville være muligt at forankre indsatsen som ønsket, samt at projektledereleverne ikke havde forudsætningerne for at drive indsatsen videre på egen hånd. Det blev desuden tydeligt, at Fritidsjobformidlingens placering, der er i direkte

forlængelse af FISKENS Værested, var utrolig givtig i forhold til at tiltrække nogle af de mest socialt sårbare unge.

I starten af indsatsens levetid var det hovedsageligt Værestedet FISKENS brugere, der udgjorde brugerskaren. Brugerskaren har sidenhen ændret sig i takt med at indsatsens kontaktflade er blevet større gennem opsøgende arbejde, såsom jobkurser og brugen af sociale medier. I dag har Fritidsjobformidlingen fokus på *alle* unge i socialt og/eller kulturelt udsatte positioner mellem 13-24 år i København og har udvidet sin kontaktflade ved at inddrage andre aktører i København, der har kontakt til de unge. Det drejer sig om en række andre væresteder, klubber og skoler samt sagsbehandlere. På den måde har man sikret, at Fritidsjobformidlingen når en bredere brugerskare af børn og unge end blot Værestedets brugere.

Fritidsjobformidlingen deler fortsat lokaler med FISKENS Værested og har i dag ansat en projektleder, en studentermedhjælper, to praktikanter og frivillige jobvejledere.

I dag tilbyder Fritidsjobformidlingen i korte træk *alle* unge håndholdt hjælp til:

- Personlige og individuelle samtaler med henblik på kompetenceafklaring samt ønsker til fremtidigt fritidsjob
- CV og ansøgningsudarbejdelse
- Sparring og korrekturlæsning af ansøgninger over Facebook
- Jobkurser på københavnske folkeskoler og alternative skoletilbud, hvor de unge lærer om det danske arbejdsmarked, regler og rettigheder mm. Samt undervisning i cv og ansøgningsudarbejdelse
- Jobsamtale forberedende øvelser i form af blandt andet rollespil samt vejledning i kropssprog, personlig fremtoning samt verbal fremstilling
- Opfølgning efter de unge er kommet i job, herunder vejledning omkring SKAT, løn og andre jobrelaterede spørgsmål. Derudover står Fritidsjobformidlingen også til rådighed for virksomheden, såfremt denne mod forventning oplever udfordringer med den ansatte unge
- En åben dør, så de unge altid har et sted at henvende sig i forbindelse med jobrelaterede spørgsmål fx i forbindelse med uoverensstemmelse med en arbejdsgiver med mere



FISKENS Fritidsjobformidling arbejder endvidere aktivt for at skabe jobs til unge i målgruppen gennem opsøgende virksomhedskontakt. Dette foregår via samarbejdet mellem Fritidsjobformidlingen og Jobcenter Københavns Ungecenter, igennem projekter med diverse private fonde og derudover foretager Fritidsjobformidlingen deres eget opsøgende arbejde for at skaffe relevante stillinger til målgruppen. Fritidsjobformidlingen fungerer på den måde som brobygger mellem unge i udsatte positioner og det danske arbejdsmarked, med fokus på succesoplevelser for de involverede parter.

#### **4.3 Formål**

Fritidsjobformidlingen arbejder ud fra følgende mål og visioner:

- Formidle fritidsjob til børn og unge, der ikke på egen hånd har forudsætningerne for at få et job, og derved skabe en positiv erfaring for de unge såvel som for arbejdspladsen
- Give de unge indsigt i samt viden omkring, hvordan de får et fritidsjob og fastholdes i det gennem personlige samtaler, mentorordninger, CV og ansøgningsudarbejdelse, jobkurser samt opfølgning, når de unge er i job
- Skabe en tilknytning til arbejdsmarkedet og det samfund de selv er en del af, ved at målgruppen kommer ind på en arbejdsplads
- Minimere risikoen for kriminell adfærd og/eller anden uhensigtsmæssig aktivitet
- Matche de unge med virksomheden og dermed nedbryde de barrierer, der kan herske mellem de to
- Skabe rollemodeller for andre børn samt unge og derved rejse interesse for fritidsjob
- Give virksomhederne og det danske erhvervsliv indsigt i de gavnlige effekter af at ansætte unge fra målgruppen samt tilbyde virksomhederne relationsstrategier, der virker i forhold til de unge
- At indsatsen gennem dets forankring i en forening er en læreproces i demokrati

#### **4.4 Det frivillige engagement**

Fritidsjobformidlingen har siden sin opstart haft frivillige tilknyttet. De frivillige har én fast ugentlig eftermiddag, hvor de hjælper de unge med CV og jobansøgninger og vejleder dem i forhold til arbejdsmarkedet.

De ansatte i Fritidsjobformidlingen oplever alle, at de frivillige udfylder en vigtig og uundværlig

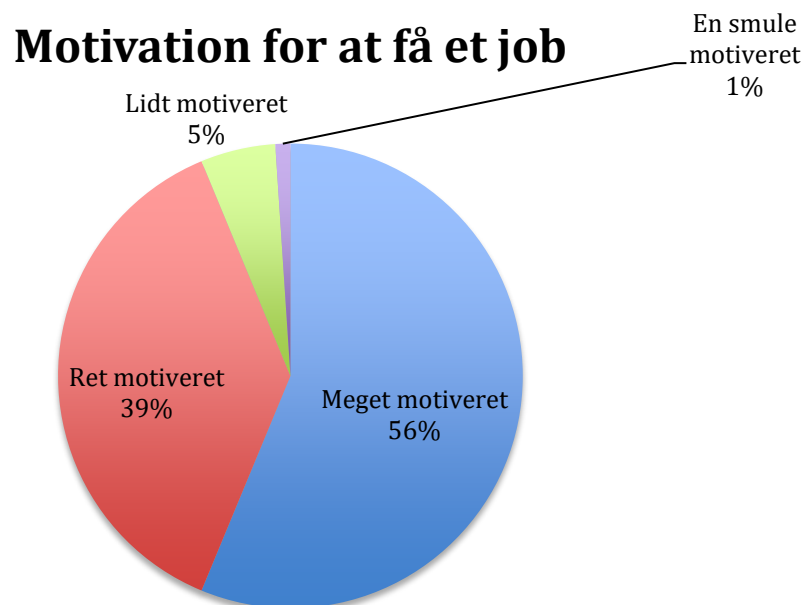
rolle i indsatsens arbejde. De frivillige forpligter sig for et år, med mulighed for orlov efter et halvt år. Den lange forpligtigelsesperiode bunder i et ønske fra Fritidsjobformidlingens side om at mindske udskiftningen blandt de frivillige, således at brugerne har mulighed for at danne en tryk relation med en enkelt vejleder og skabe kontinuitet i indsatsen.

De frivillige står for en stor del af arbejdsindsatsen med samtaler og vejledning, hvilket øger indsatsens produktivitet væsentligt. Det understreges dermed, at Fritidsjobformidlingen er et socialt tilbud, der er afhængigt af et frivilligt engagement.

## 5. Vejen til fritidsjobbet

### 5.1 Det hele starter med motivationen for at få et job

Fra august 2014 er brugerne af Fritidsjobformidlingen blevet bedt om at udfylde et spørgeskema i forbindelse med deres første samtale i fritidsjobformidlingsregi. Spørgeskemaet omfatter bl.a. spørgsmålet om hvor motiverede de er for at få et job. Tallene fra spørgeskemaerne viser, at de er motiverede for at få et job. Dette illustreres af nedenstående diagram.



N: 96

I de uddybende interviews foretaget i forbindelse med denne evaluering, blev der spurgt nærmere ind til interviewpersonernes motivation. De uddybende svar tegner et billede af brugerne som værende unge, der forbinder det at arbejde som meningsgivende, øget selvstændighed og selvværd samt en måde at udvide sit netværk på. Motivationen bunder således i ønsket om at skabe en meningsfyldt hverdag, som giver dem mulighed for at skabe netværk, få arbejds erfaring, øge deres følelse af selvstændighed og selvværd.

En mandlig bruger på 20 år italesætter det således:

*”Det bedste ved at få et job er at man får tiden til at gå og så hænger man ikke på gaden med sine venner og ryger den ene smøg efter den anden. Man får det godt med sig selv og det er godt med penge på kortet”.*

De unges motivation for at få et job hænger således sammen med deres forståelse af, at et arbejde er medvirkende til at øge følelsen af at have en meningsfyldt hverdag.

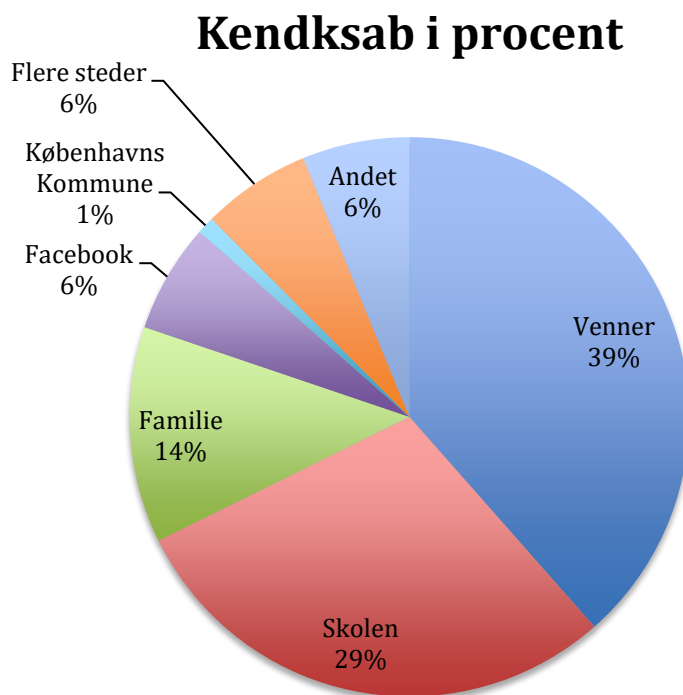
## **5.2 Fritidsjobformidlingen er der, hvor de unge er**

Efter interviews med Fritidsjobformidlingens brugere fremstår det tydeligt, at Foreningen FISKEN har skabt en platform, der gør fritidsjobtilbuddet lettilgængeligt for målgruppen. De adspurgte unge giver udtryk for, at det er Fritidsjobformidlingens brug af Facebook, deres opsøgende arbejde på skoler og enkeltheden i at tage kontakt til tilbuddet, der medvirker til at tilbuddet opleves som lettilgængeligt. Det vurderes derfor, at Fritidsjobformidlingen formår at nå ud til målgruppen og 'være' der hvor de unge er, hvilket opleves af de unge som værende afgørende for indsatsens tilgængelighed.

Brugerne af FISKENS Værested giver udtryk for, at de opfatter Fritidsjobformidlingen som en integreret del af FISKENS Værested, og at det derfor falder dem naturligt og uproblematisk at bede om hjælp til jobsøgning. Denne ubesværede tilgang er unik og ville sandsynligvis være vanskelig at etablere, hvis Fritidsjobformidlingen var et isoleret tilbud placeret i et sted, hvor de unge ikke allerede befinder sig og ikke har kendskab til indsatsens medarbejdere. Netop kendskab og den dermed følgende tillid er, for den gruppe af brugere som er mest udsatte, en væsentlig faktor for at de benytter sig af den hjælp som Fritidsjobformidlingen tilbyder.

### 5.3 De unge får kendskab til Fritidsjobformidlingen gennem venner

Når en ung kommer til deres første samtale i Fritidsjobformidlingen, bliver de bedt om at udfylde et spørgeskema. Spørgeskemaet omfatter blandt andet spørgsmålet om, hvor de kender Fritidsjobformidlingen fra. Nedenstående diagram viser, at størstedelen af de unge får kendskab til FISKENS Fritidsjobformidling gennem deres venner.



N: 101

Knap 40% angiver, at de kender til FISKENS Fritidsjobformidling gennem deres venner. Dette tyder på at de unge er de bedste ambassadører, når det gælder udbredelsen af kendskabet til Fritidsjobformidlingen blandt målgruppen.

Det vurderes af Fritidsjobformidlingens ansatte, at det er en styrke, at kendskabet øges gennem venner, da de nye brugere af Fritidsjobformidlingen på baggrund af deres venners anbefalinger har tillid til indsatsen og dets medarbejdere.

Knap 30% har fået kendskab til Fritidsjobformidlingen gennem deres skole. Dette tegner et billede af, at Fritidsjobformidlingens jobkurser, som afholdes på skoler, er medvirkende til at øge

kendskabet blandt målgruppen. Fritidsjobformidlingens ansatte oplever endvidere, at de unge som tager kontakt til Fritidsjobformidlingen, efter at have deltaget i et jobkursus, udtrykker tillid til indsatsen, da de har stiftet bekendtskab med Fritidsjobformidlingen og dets ansatte forud for de individuelle samtaler.

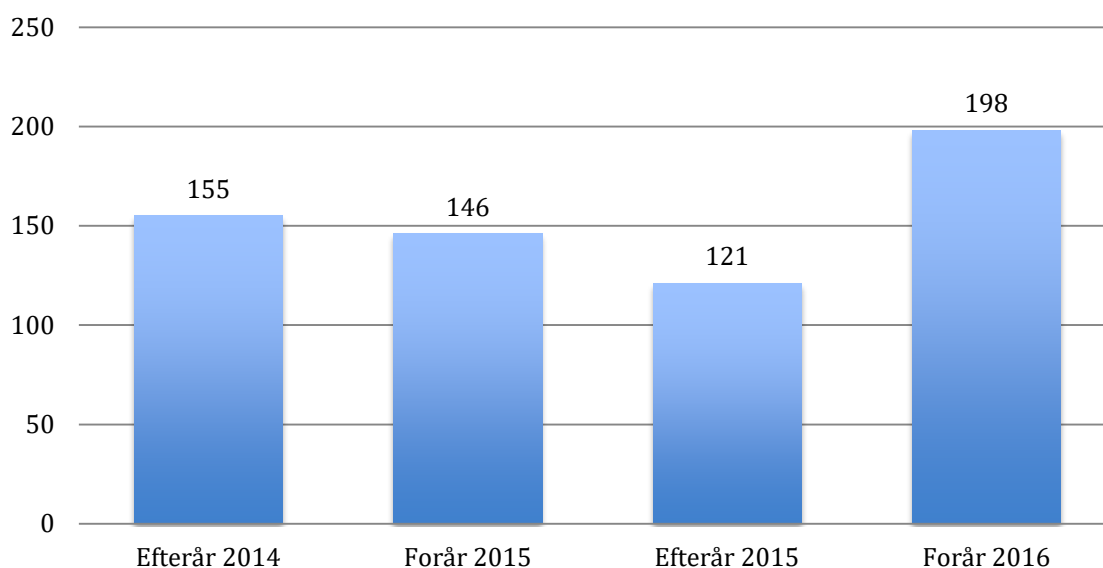
Det er således en styrke for indsatsen, at de unge anbefaler Fritidsjobformidlingen til deres venner og at Fritidsjobformidlingen formår at skabe kontakt til de unge under deres jobkurser, idet dette styrker de unges tillid til indsatsen.

#### 5.4 Der afholdes i gennemsnit 28 samtaler pr måned

Fritidsjobformidlingens mål er at vejlede børn og unge i CV- og ansøgningsudarbejdelse, lovgivning, rettigheder og derigennem introducere brugerne til det danske arbejdsmarked. Fritidsjobformidlingen har siden august 2014 afholdt 620 individuelle samtaler med børn og unge<sup>2</sup>. De 620 samtaler svarer til, at der siden august 2014 gennemsnitligt er blevet afholdt 28,2 samtaler pr. måned i de måneder Fritidsjobformidlingen er åben.

Nedenfor ses et diagram som viser fordelingen af de gennemførte samtaler på halvår.

### Antal samtaler fordelt på år



<sup>2</sup> De 620 samtaler omfatter både første, anden, tredje og fjerde samtaler. Tallet er inklusiv gengangere.

Diagrammet viser, at antallet af afholdte samtaler svinger fra halvår til halvår.

Fritidsjobformidlingens ansatte oplever, at antallet af afholdte samtaler afhænger af:

- Antallet af frivillige jobvejledere og praktikanter i Fritidsjobformidlingen
- Antallet af unge som opsøger Fritidsjobformidlingen
- Antallet af børn og unge, som aflyser samtaler
- Ressourcerne til at øge kendskabet til Fritidsjobformidlingen blandt børn og unge i udsatte positioner
- Antallet af ledige stillinger, som slås op på Fritidsjobformidlingens Facebook side

I løbet af foråret 2016 blev der afholdt 198 samtaler, hvilket er det højeste antal samtaler siden efteråret 2014. Der er flere ting, der gør sig gældende for det høje antal af gennemførte samtaler i foråret 2016. I perioden var der fire frivillige jobvejledere tilknyttet, som sammen med to praktikanter afholdt samtaler.

Derudover begyndte medarbejderne at rette et større fokus på at følge op på de unge, som havde været til samtale i Fritidsjobformidlingen. Opfølgningen bestod i, at alle der havde været til samtale i Fritidsjobformidlingen blev kontaktet efter to til tre uger og de, som endnu ikke havde fået et job, blev tilbudt en ny samtale med henblik på jobsøgningsstrategi. Denne indsats er efterfølgende blevet forankret i Fritidsjobformidlingens arbejde.

I denne periode var der endvidere et langt højere antal af stillinger fra Jobcenter Københavns Ungecenter (JKU) der blevet slået op på Fritidsjobformidlingens Facebook side. Disse stillinger var meget attraktive blandt de unge, idet mange af dem var offentlige stillinger i daginstitutioner samt plejehjem. Disse stillinger var øremærket unge i udsatte positioner i København, og kunne således ikke søges af andre unge end de unge, der var tilknyttet en af JKU's samarbejdspartnere. Samtidig var det stillinger, som kunne søges af unge over 18 år, og hvor en plettet straffeattest som regel ikke spillede en rolle. JKU havde dog opbrugt deres budget allerede i juni 2016, hvorfor Fritidsjobformidlingen ikke har haft adgang til denne type stillinger siden da. Dette opleves af de ansatte som værende den afgørende faktor for antallet af unge, der tager kontakt til Fritidsjobformidlingen og efterfølgende får et job.

## 5.5 De unge efterspørger viden om hvor og hvordan man søger job

Den grundlæggende motivation for at opsøge Fritidsjobformidlingen bunder i, at de unge ønsker at få et job, men mangler viden om, hvor og hvordan de skal søge jobs.

I de uddybende interviews foretaget i forbindelse med nærværende evaluering, udtaler alle interviewpersoner, at de oplever jobsøgningsprocessen som værende vanskelig, uoverskuelig, besværlig og at de mangler den fornødne viden samt ressourcer til, hvor og hvordan man søger et job. En kvindelig bruger på 20 år formulerer det på følgende måde:

*"Altså det er svært at finde noget som lyder godt og som man har lyst til og at få dem til at vælge en. Det ved jeg ikke ... Det er det der med at skulle skrive godt om sig selv. Det med at man skal sælge sig selv. Det er sådan lidt underligt".*

De unge interviewpersoners oplevelse af manglende viden og ressourcer til at søge job understøttes af indsatsens medarbejdere. Personalet oplever, at det er langt de fleste af de unge som opsøger indsatsen, der mangler viden og ressourcer til selv at søge et job. Det vurderes derfor, at Fritidsjobformidlingens tilbud om hjælp til netop ansøgningskrivning, og til at søge relevante stillinger, er særdeles relevant for målgruppen.

## 5.6 De unge vurderer at de får den nødvendige hjælp og støtte

De unge, der er blevet interviewet i forbindelse med denne evaluering, er yderst positive i deres omtale af Fritidsjobformidlingen. De værdsætter alle den hjælp og sparring de har fået. Flere giver udtryk for, at hjælpen har haft stor betydning for dem, og at de har oplevelsen af, at de ikke ville have fået et job uden den hjælp Fritidsjobformidlingen tilbyder.

De interviewede brugere udtrykker ligeledes, at Fritidsjobformidlingen imødekommer dem med en åbenhed, forståelse og anerkendelse af deres udfordringer ved jobsøgning. En kvindelig bruger på 16 år beskriver oplevelsen af at komme i Fritidsjobformidlingen således:

*"Altså man føler sig ikke dum, man føler sig velkommenagtig. Altså at man er ikke dum fordi alle har stået i den situation, der. De tager det meget pænt. Man føler sig ikke sådan*

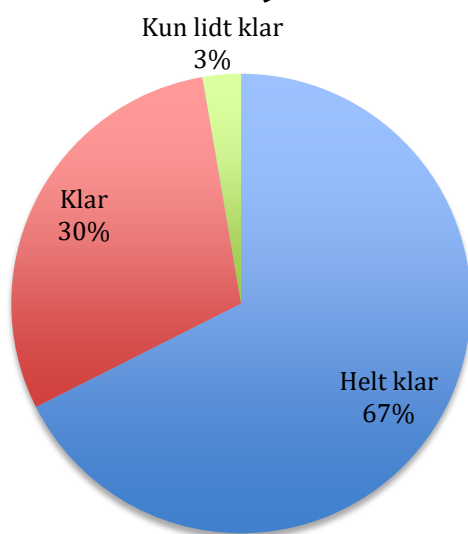
”ej nu kommer jeg ned og så forstår jeg ikke det her”. Altså man føler sig ikke dum fordi man ikke forstår det.”

Beskrivelsen af at føle sig velkommen i Fritidsjobformidlingen er ikke enestående, da alle interviewede brugere udtrykker, at alle medarbejderne er imødekommende. Det vurderes derfor, at indsatsens ansatte og frivillige formår at møde de unge med åbenhed, respekt og anerkendelse.

De interviewede børn og unge italesætter endvidere, at Fritidsjobformidlingen formår at imødekomme den hjælp de efterspørger, uanset om det er hjælp til ansøgning, jobsøgningsstrategi eller hvor de kan søge job. Denne individuelle tilgang til brugerne, som er central for Fritidsjobformidlingen, vurderes derfor at have en utrolig stor betydning. Når de unge føler sig anerkendt, forstået og imødekommet giver det dem en tro på, at kan få et job og leve op til de krav samt forventninger, som en arbejdsgiver har til en ansat.

De unge, som har gennemgået et forløb af minimum tre samtaler, bliver ved sidste samtale bedt om at udfylde endnu et spørgeskema, hvor de blandt andet svarer på, hvor klar de føler sig til at starte i et nyt fritidsjob. Som nedenstående diagram viser, angiver 97% af de adspurgte, at de er *klar* eller *helt klar* til at starte i et nyt fritidsjob.

## Hvor klar føler du dig til at starte i et nyt fritidsjob?





Det høje antal af unge, som angiver, at de er *klar* eller *helt klar* til at starte i et nyt job indikerer, at Fritidsjobformidlingen formår at lette jobsøgningsprocessen og klæde brugerne på til at træde ind på arbejdsmarkedet.

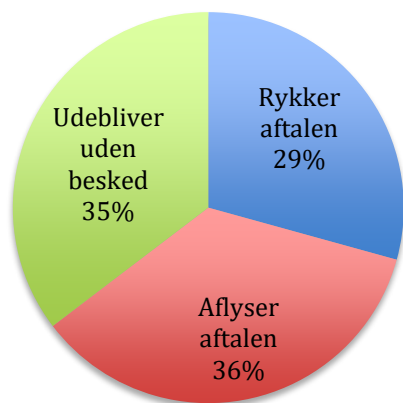
Hvorvidt brugerne af Fritidsjobformidlingen selv ville være i stand til at finde et job uden hjælp og støtte fra indsatsen er svært at vurdere. Men som de interviewede unge udtaler, oplever de at have store vanskeligheder med selv at søge job, og at de efter hjælp samt støtte fra indsatsen, føler sig mere klar til at søge og starte i et job. De ansattes erfaringer med målgruppen er endvidere, at de unges udfordringer netop er, at de unge ikke er bekendt med hvordan en ansøgning skal udarbejdes, at de søger anerkendelse for at de er på rette vej og ikke mindst har et behov for systematik samt overblik i deres ansøgningsproces.

## **5.7 Udfordringen med udeblivelser uden besked**

Fritidsjobformidlingen har siden sin start haft udfordringer med, at de unge, der booker en aftale i Fritidsjobformidlingen, udebliver uden at aflyse.

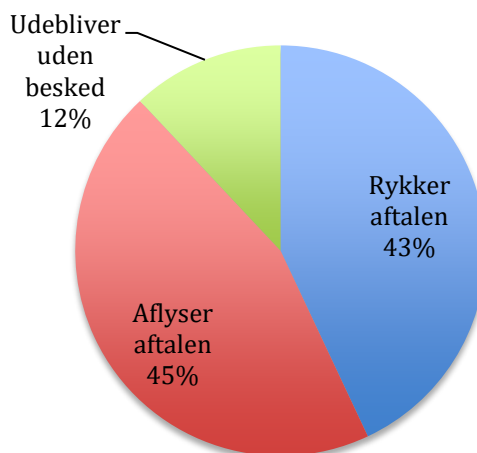
Siden august 2015 er udeblivelser fra samtaler blevet registeret. En udeblivelse bliver enten registreret som *udebliver uden besked*, *aflyser aftalen* eller *rykker aftale*. Som nedenstående diagram over udeblivelser fra 2015 viser, udeblev de unge uden at give besked i 35% af tilfældene.

## Udeblivelser efterår 2015



N: 48

## Udeblivelser forår 2016



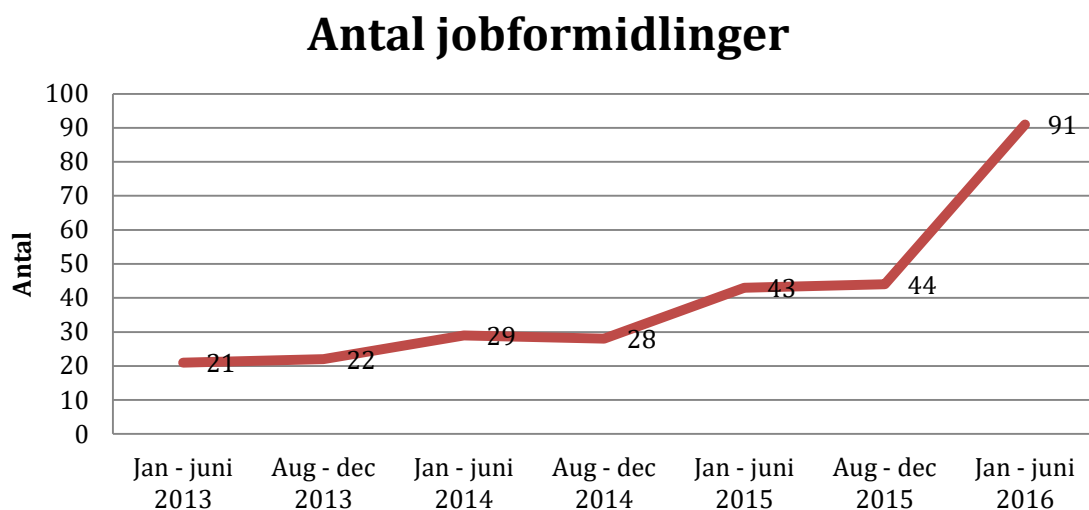
N:122

Grundet den høje andel af *udeblivelser uden besked* har Fritidsjobformidlingen i løbet af foråret 2016 udvidet deres sms-service, således at de udover at sende reminder-sms til de unge på dagen for samtalen, nu også sender en bekræftelses-sms til dem, så snart en aftale er indgået. I bekræftelses-sms'en står der hvilken dag og tidspunkt, den unge skal til samtale i Fritidsjobformidlingen, og at den unge skal huske at melde afbud i god tid hvis vedkommende bliver forhindret - ellers kommer han/hun bag i køen. Formålet med sms-servicen har først og fremmest været at mindske antallet af udeblivelser uden afbud ved at huske dem på aftalen. Det sekundære formål er at lære de unge, at en booket tid er en fast aftale som kræver afbud, hvis man skulle blive forhindret.

Fra sidste halvår 2015 til første halvår 2016 er andelen af udeblivelser uden besked mindsket betydeligt, da det i foråret var nede på 12% udeblivelser uden besked. Det kan dog ikke entydigt siges at sms-serviceses er grunden til at færre børn og unge udebliver fra aftalerne uden besked.

## 5.6 Antallet af fritidsjobformidlinger stiger

FISKENS Fritidsjobformidling har som beskrevet til formål at formidle fritidsjob til unge, der ikke på egen hånd har forudsætningerne for at få et job. Siden januar 2013 har Fritidsjobformidlingen formidlet job til 278<sup>3</sup> børn og unge i socialt og/eller kulturelt udsatte positioner. Nedenstående diagram viser jobformidlingerne fordelt på halvår fra forår 2013 til forår 2016.



N: 278

Antallet af jobformidlinger har været stødt stigende siden foråret 2013. Ligesom med antallet af samtaler, går mange af de samme ting igen i forhold til antallet af jobformidlinger:

- Antallet af praktikanter<sup>4</sup>
- Antallet af jobvejledere
- Antallet af jobsøgende unge
- Ressourcerne til virksomhedssamarbejde om at skabe relevante jobs til målgruppen
- Antallet af relevante<sup>5</sup> stillinger fra JKU og stillinger som Fritidsjobformidlingen selv opsøger

<sup>3</sup> Tallet er inklusiv gengangere, dvs. unge som har fået job gennem Fritidsjobformidlingen mere end én gang.

<sup>4</sup> Siden Fritidsjobformidlingen startede med at have praktikanter tilknyttet er praktikanternes rolle blevet mere formaliseret og struktureret. Fritidsjobformidlingen bestræber sig på at have to praktikanter hvert semester, hvis rolle er at varetage samtaler, vejlede på Facebook, afholde jobkurser og lave opsøgende arbejde.

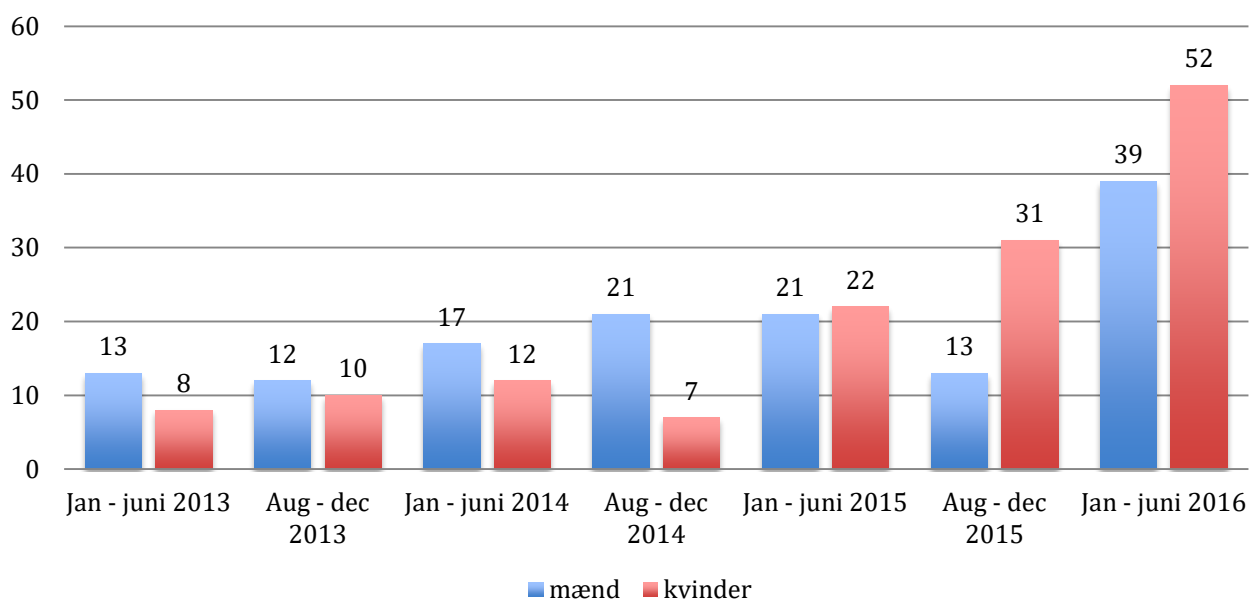
<sup>5</sup> Det er de ansattes erfaring, at de unge ofte har specifikke ønsker og krav til de jobs de gerne vil søge. Det er særligt de offentlige stillinger som de unge ønsker at søge. Derfor har antallet af relevante stillinger betydning for antallet af jobformidlinger.

En årsag til det høje antal af jobformidlinger i foråret 2016 kan derfor være det høje antal af JKU-stillinger, det høje antal samtaler (se afsnit 5.4), og Fritidsjobformidlingens indsats med at følge op på de af brugerne som endnu ikke har fået et job.

### 5.7 Stigning i antallet af piger og unge kvinder der får job

Et nærmere blik på hvem der får job viser, at der er en stigning i andelen af piger og unge kvinder som får job gennem Fritidsjobformidlingen. Indsatsen formår således at tiltrække flere piger og unge kvinder end drenge og unge mænd pt., hvilket diagrammet nedenfor viser.

### Jobformidlinger fordelt på køn og periode



N: 278

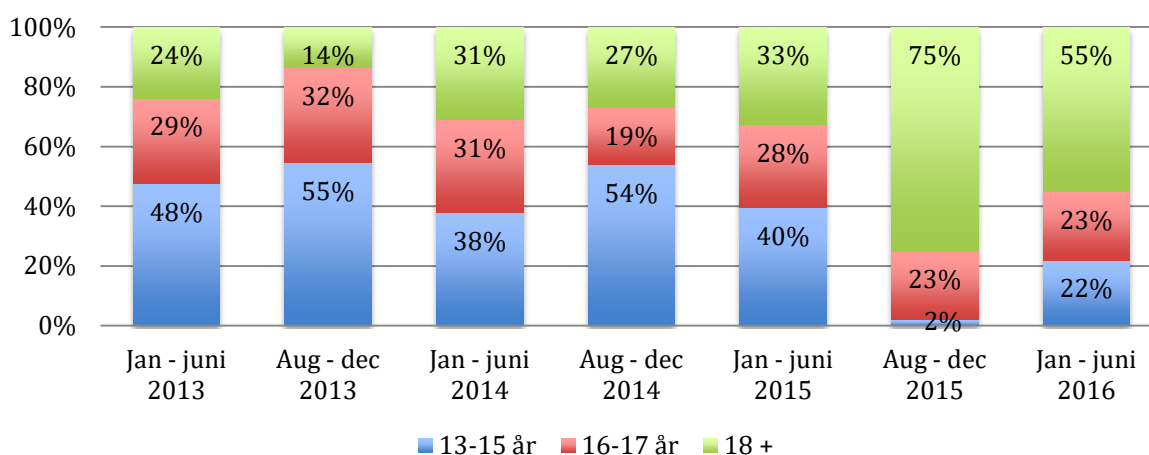
I foråret 2016 er der en stigning på 67,7% i antallet af jobformidlinger til piger og unge kvinder sammenlignet med efteråret 2015.

En forklaring på det høje antal af jobformidlinger til målgruppens piger og unge kvinder kan være, at der i foråret 2016 var et højere antal af JKU-stillinger indenfor børne- og ældreområdet end tidligere. Dog må det stadig formodes, at der er en større andel af piger og unge kvinder der benytter sig af Fritidsjobformidlingen. Fritidsjobformidlingen er således med tiden blevet et projekt, som når ud til både drenge, piger og unge mænd samt -kvinder.

## 5.8 En stor andel over 18 år får hjælp til jobsøgning

Fordelingen af jobformidlinger på alder viser, at den procentvise andel af unge over 18 år, som får job gennem Fritidsjobformidlingen, er blevet større siden indsatsens start. Samtidig er andelen af unge under 18 år blevet mindre, hvilket fremgår af nedenstående diagram.

### Jobformidlinger fordelt på alder og periode



N: 278

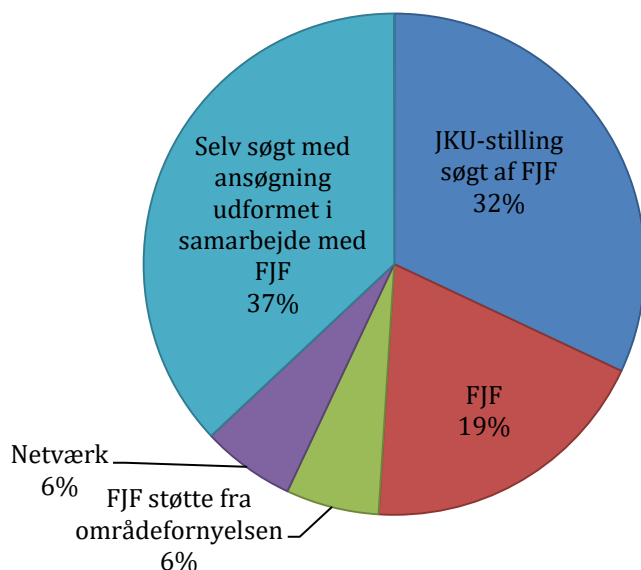
Indsatsen har således udviklet sig fra at være et projekt der hovedsageligt hjalp børn under 18 år med at få et job, til at være et projekt som også hjælper unge over 18 år med at komme i arbejde. De uddybende interviews viser, at det er den samme hjælp som gruppen under 18 år og gruppen over 18 år efterspørger. Nemlig hjælpen til ansøgningsudarbejdelse og til at finde relevante stillinger at søge.

## 5.9 De unge får ofte job gennem Fritidsjobformidlingens samarbejdspartnere

Fritidsjobformidlingen har siden sin begyndelse i 2008 opsøgt lokale virksomheder for at udbrede kendskabet til Fritidsjobformidlingen og etablere et stærkt samarbejde med lokale virksomheder, om at skabe jobs til målgruppen. Udover det etablerede samarbejde med Vesterbros lokale virksomheder, er der i 2010 blevet etableret et samarbejde med JKU og med Vesterbro Centrale Områdefornyelse gennem dennes levetid fra 2011-2016.

Nedenstående diagram viser hvor stor en andel af brugerne, der har fået job gennem indsatsens samarbejdspartnere ved hjælp af en ansøgning udarbejdet med hjælp fra Fritidsjobformidlingen og gennem brugernes eget netværk.

## Job gennem i procent



N: 278

57%<sup>6</sup> af de unge, som tager kontakt til Fritidsjobformidlingen får et job gennem Fritidsjobformidlingen eller deres samarbejdspartnere, herunder lokale virksomheder, JKU og samarbejdet med Områdefornyelsen. Det, at indsatsens brugere oftest får job gennem Fritidsjobformidlingens samarbejdspartnere understøtter vigtigheden af indsatsens prioritering af det opsøgende virksomhedssamarbejde. Det vurderes dermed, at indsatsens succes med at formidle jobs i høj grad hænger sammen med antallet af jobs øremærket målgruppen. Det skal dog påpeges, at de stillinger som formidles ved hjælp af JKU oftest er tidsbegrænsede stillinger, hvilket betyder at de unge kun ansættes for fem måneder.

Fordelen ved JKU stillingerne er, at de unge får arbejdserfaring, som de kan bruge senere hen, og at de får muligheden for at få erfaring fra forskellige brancher. Dog har stillingerne den ulempe, at de

---

<sup>6</sup> De 57% fremkommer ved sammenlægning af kategorierne *JKU-stilling søgt gennem FJF*, *FJF* og *FJF støtte fra områdefornyelsen*. Dette er stillinger som er øremærket målgruppen og som kun kan søges gennem Fritidsjobformidlingen eller ved at Fritidsjobformidlingen formidler kontakten til arbejdspladsen.

brugere, der får disse jobs ikke er garanteret muligheden for at fastholde deres job i mere end fem måneder. Som følge af dette mister de unge således den stabilitet og tryghed, som et fast job over en længere periode medfører.

37% af Fritidsjobformidlingens brugere har fået job efter, at de selv har søgt en stilling med en ansøgning de har fået hjælp til af en af indsatsens jobvejledere. Det er dog kun 6% af brugerne som får job gennem deres netværk, hvilket understøtter indsatsens erfaring med, at de unge som oftest ikke er i besiddelse af et netværk som kan hjælpe med finde et job.

### **5.10 Fritidsjobformidlingen – den sikre vej til et job**

Indsatsen har siden sin opstart oplevet, at flere af dets brugere kommer igen, når de skal søge et nyt job. På nuværende tidspunkt findes der dog ikke tal på hvor mange af Fritidsjobformidlingens brugere der er gengangere. Indsatsen er dog begyndt at registrere gengangere på baggrund af denne evalueringens anbefalinger.

Efter de gennemførte interviews med brugere af Fritidsjobformidlingen fremstår det tydeligt, at der blandt gruppen af gengangere er en oplevelse af, at Fritidsjobformidlingen er ”den sikre vej til et job”. Disse gengangere er oftest brugere, der har oplevet af få et job gennem Fritidsjobformidlingen og derfor kommer tilbage for igen at få succes med deres jobsøgning. En mandlig bruger italesætter det således:

*”Jeg har fået 4 jobs gennem FISKEN. Altså jeg kommer derved for at få hjælp til at skrive ansøgningen og for at se hvor jeg kan søge job. Det er lettere at få job gennem FISKEN end når man selv sender ansøgning”*(mandlig bruger, 19 år).

Som den mandlige bruger fremhæver i ovenstående citat, oplever han, at det som oftest er nemmere at få et job gennem Fritidsjobformidlingen, end når han selv sender sine ansøgninger ud. Dette er en følelse som flere af de adspurgte gengangere har. Det er endvidere de ansattes erfaring, at flere af Fritidsjobformidlingens brugere har en følelse af, at deres ansøgninger bliver frasortet af arbejdsgiverne, når de søger stillinger, der ikke er øremærket Fritidsjobformidlingens målgruppe. Det er svært at vurdere om denne subjektive følelse af at blive diskrimineret er berettiget, da afslag på ansøgningerne kan være grundet årsager, som ikke bunder i diskrimination. Det er dog en følelse som flere af de unge brugere har og den tages derfor alvorligt af Fritidsjobformidlingens ansatte.

Dette understreger vigtigheden af Fritidsjobformidlingens opsøgende virksomhedsarbejde, hvor der skabes jobs øremærket indsatsens målgruppe.

En anden problematik som blev fremhævet i interviewene med gengangerne er, at selvom de én gang har fået hjælp til at skrive en ansøgning finder de det stadig svært pga. sproglige udfordringer, grammatiske udfordringer og udfordringer med at målrette og tilpasse ansøgningen. De unge gengangere kommer således igen, da de stadig står overfor sproglige og grammatiske udfordringer, da disse udfordringer ikke løses ved et forløb hos Fritidsjobformidlingen. Fritidsjobformidlingen formår således at hjælpe de unge med at få et job på trods af disse udfordringer, da de unge får lettet ansøgningsudarbejdelsen gennem sparring, hjælp og rettelser af ansøgninger.

I lyset af, at det ofte er ansøgningen, der volder de unge de største problemer har Foreningen FISKEN ideudviklet en webapplikation, Jobhaj, der hjælper de unge med netop dette. Produktet er udviklet på de unges præmisser, det vil sige, at produktet gør brug af quizzer, billeder og video. Produktet er i skrivende stund i gang med at blive udviklet og første udgave ventes lanceret primo marts 2017 og vil være til at downloade via hjemmesiderne [www.fisken.org](http://www.fisken.org) og [www.jabhaj.com](http://www.jabhaj.com).



## 6. Konklusion

Evalueringsens formål er at give en samlet beskrivelse af fritidsjobindsatsen, FISKENS Fritidsjobformidlings resultater og de unges vurdering af indsatsen.

Evalueringen viser at FISKENS Fritidsjobformidling siden sin opstart har udviklet sig til at være et tilbud til alle socialt og/eller kulturelt udsatte unge mellem 13 til 24 år. Tilbuddet omfatter i dag individuelle samtaler, hjælp til CV og ansøgningsudarbejdelse, sparring og korrekturlæsning over Facebook, jobsamtale forberedende øvelser, opfølgning og støtte efter de unge er kommet i job, samt jobkurser på Københavnske folkeskoler.

Evalueringen slår fast at FISKENS Fritidsjobformidling er et succesfuldt tilbud, da de unges vurdering af tilbuddet er positivt, og antallet af samtaler og jobformidlinger er højt.

Det vurderes at antallet af afholdte samtaler afhænger af antallet af unge som opsøger Fritidsjobformidlingen, antallet af brugere som aflyser samtaler, ressourcer til at afholde samtaler og lave opsøgende arbejde samt antallet af relevante stillinger, som slås op på Facebook. Endvidere viser evalueringen at antallet af jobformidlinger til børn og unge i udsatte positioner stiger og har været stødt stigende siden januar 2013, hvorfra denne rapport data går tilbage til. Antallet af jobformidlinger afhænger hovedsageligt af antallet af jobsøgende børn og unge, antallet af frivillige og ansatte, antallet af relevante stillinger samt indsatsens ressourcer til virksomhedssamarbejde om at skabe relevante jobs til målgruppen.

Det opsøgende arbejde vurderes derfor som værende en vigtig faktor for indsatsens succes.

De unge udtaler at de er udfordret på hvor og hvordan de søger et job. Det er derfor oftest hjælp til hvilke stillinger de kan søge og hjælp til ansøgningsudarbejdelse de efterspørger. De adspurgte brugere fremhæver alle, at de får den hjælp og det udbytte af hjælpen som de ønsker.

Ydermere vurderer brugerne tilbuddet som værende lettilgængeligt og derfor benytter sig af tilbuddet. Denne lette tilgængelighed hænger sammen med at Fritidsjobformidlingen opsøger målgruppen, hvor de befinder sig, navnlig på skoler, på Facebook og som en forlængelse af FISKENS Værested.

De adspurgte brugere fremhæver desuden at tilbuddet er lettilgængeligt, da det er nemt for dem at tage kontakt over Facebook eller telefon.