

Vi förändrar arbetsmarknaden

Slutrapport

Uppgifter om projektet

Namn på projektet	Kompetens Destination Halland	Startdatum	2017-02-01
Kontaktperson för projektet	Jeanette Bengtsson	Slutdatum	2020-06-30
Telefonnummer	073-341 20 33		
E-post	jeanette.bengtsson@regionhalland.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

Kompetens Destination Halland (KDH) är ett projekt som finansieras av Europeiska Socialfonden med start 1 februari 2017 fram till 30 juni 2020 efter att projektet förlängts med fem månader. KDH drivs av Region Halland i samverkan med regionens sex kommuner. Målet med projektet är att stärka den Halländska besöksnäringen genom fyra olika områden av kompetenshöjande insatser. Projektet har även som mål att ta fram och utveckla en modell för individer som står långt från arbetsmarknaden.

- Den digitala Värdsutbildningen
- Branschspecifika utbildningar
- Verksamhetsgenomlysningar (Swedish Welcome)
- Lärarledda företagsspel för ökad affärsmässighet (Inspirator)
- Skapa möjligheter för personer långt ifrån arbetsmarknaden att komma närmare arbete, PO2.

Besöksnäringen i Halland är ett styrkeområde där man ser behovet av en generell kompetenshöjning hos branschen. Detta för att kunna behålla och utveckla sin särställning inom svensk besöksnäring med särskild vikt på värdskap. Besöksnäringen i Halland består främst av små- och medelstora företag och därför är behovet av samverkan och koordinerande

marknadskompletterande insatser från det offentliga mycket viktigt. Även för att skapa en attraktiv region samt för att leda till tillväxt och utveckling och därmed fler och säkrare jobb. Projektet har i sitt arbete utgått från verksamheternas krav och arbetsmarknadens behov i insatserna. Besöksnäringen är en stor jobbskapare och viktig ingångsbransch för personer med svårigheter att etablera sig på arbetsmarknaden t ex unga, personer med kort utbildning samt utomeuropeiskt födda. Det finns därför ett behov av en övergripande kompetenshöjning inom branschen för att bibehålla och utveckla Hallands position inom svensk besöksnäring. Projektet har säkrat jämställdhets- och tillgänglighet samt icke diskriminering under genomförandefasen med hjälp av Urszula Hanson, särskilt sakkunnig i jämställdhet och mänskliga rättigheter på Länsstyrelsen i Halmstad. Projektet har valt att integrera de horisontella principerna i alla insatser som genomförts istället för att plocka ut och särskilja dem. Detta gjordes genom att ta med perspektiven som en del i utbildningsmaterialet som sakområdesexpert på Länsstyrelsen i sin tur i största möjliga mån kvalitetssäkrat, detsamma gäller vid verksamhetsgenomlysningarna samt företagsspelet. Projektet har även arbetat efter de horisontella principerna i det operativa arbetet kring insatserna. Resultatet av projektet har övervägande varit mycket bra. Även om de kvantitativa målen inte har uppnåtts i alla områden så har projektet haft ett högt kvalitativt resultat. Det främsta lyckaskonceptet är att projektet har jobbat nära målgruppen och snabbt tagit till sig önskemål, förväntningar och förslag vilket genererade ett högt förtroende och ett gott rykte.

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?

Besöksnäringen har identifierats som ett av regionens tre styrkeområden inom ramen för "Tillväxtstrategi för Halland 2014-2020" och utgör ett exempel på smart specialisering som grund för den regionala utvecklingen i Halland. Halland är en av Sveriges mest besökta regioner. Samtidigt finns flera utvecklingsbehov kopplade till näringen. Det handlar t.ex. om att öka både antalet besökare till regionen och antalet sysselsatta i näringen, att förlänga säsongen och därmed skapa fler heltids- och helårsjobb, att öka lönsamheten samt på olika sätt öka kännedomen om Hallands attraktivitet.

Konkurrensen inom besöksnäringen hårdnar för varje år och frågan om vad som driver utveckling och konkurrenskraft blir allt mer sammansatt. Det finns därför ett behov av en övergripande kompetenshöjning inom branschen för att bibehålla och utveckla Hallands position inom svensk besöksnäring. Branschen är dessutom en stor jobbskapare inom regionen samt en viktig ingångsbransch för personer med svårigheter att etablera sig på arbetsmarknaden t ex unga, personer med kort utbildning samt utomeuropeiskt födda. Detta indikerar också att branschen idag kännetecknas av relativt sett låga utbildningsnivåer.

Branschens förutsättningar innebär också stora svårigheter att skapa strukturerade kompetensutvecklingsprocesser, dels då många endast är tillfälligt anställda, dels då anställningarna ofta sammanfaller med perioder av högsäsong och bristande tid för kompetensutveckling. I motsättningen mellan ökande komplexitet och krav och låga utbildningsnivåer och många tillfälligt anställda finns det som utgör kärnan i projektet, nämligen att skapa förutsättningar för en bibehållen och förnyad konkurrenskraft med hjälp av innovativ kompetensutveckling.

Övergripande mål

- Projektet ska stärka projektdeltagarna i deras yrkesroll för att nå en tryggare etablering på arbetsmarknaden.
- Projektet ska även skapa möjligheter för individer som står långt ifrån arbetsmarknaden att etablera sig inom den Halländska besöksnäringen.

Projektets delmål

- Etablera en digital Vårdskapsutbildning, nå ut till 2400 personer sysselsatta inom halländska besöksnäringen.
- Genomföra lärarledda företagsspel för ökad affärsmässighet, 2 tillfällen á 15 personer.
- Externa verksamhetsgenomlysningar med uppföljning, 25 genomförda genomlysningar.
- Traditionella branschspecifika utbildningar med olika teman/inriktningar, ca 500 individer.
- Skapa möjligheter för PO2 med 20 deltagare.

Projektets förväntade resultat

- Deltagarna ska uppleva att de ökat sin kunskap och medvetenhet kring jämställdhet, mångfald och icke-diskriminering.
- Nätverk har skapats mellan regionens företag och kunskap om bemötande och värdskap är stor hos näringen.
- Kunskapen om Halland som destination är stor hos näringens anställda.
- Nationella parter som Visita, HRF m.fl. visar intresse för den halländska modellen.
- Det finns upparbetade relationer mellan samtliga av de deltagande nyckelaktörerna.
- AF och branschen är intresserade av att fortsätta samarbete kring rekrytering och kompetensbehovsfrågor.
- Intresse för fortsatta kompetensutvecklingsinsatser är stort hos branschen.
- Det finns en stor förståelse hos samtliga medverkande parter för plattformens betydelse för den regionala utvecklingen.

Projektet har i första hand riktat sig till företag i den halländska näringen, små- och medelstora. Det innefattar alltifrån anställda, företagare, volontärer och övriga verksamma inom besöksnäringen. Projektet har även riktat sig till anställda i kommunerna och destinationsbolagen med koppling till besöksnäringen i Halland. Vid insatserna kring PO2 har målgruppen ritat sig till individer som är långt ifrån arbetsmarknaden främst unga (15-24 år), långtidsarbetslösa (mer än 12 månader), sjukskrivna samt nyanlända (främst kvinnor).

Projektet hade en trög start på grund av ett flertal faktorer så som organisatoriska förändringar och sjukfrånvaro. Med ny projektorganisation från början av 2018 kom projektet igång på allvar och stor vikt lades på att förankra projektet hos de anslutna organisationerna. Fysiska besök bokades in med så många som möjligt som var intresserade där projektet gick igenom grundligt. Vid dessa besök gjordes en behovsanalys samt intresseanmälan till verksamhetsgenomlysning och PO2. Kontakterna har varit mycket värdefulla och bibehållits genom hela projektiden dels för få projektet mer insatt och få en ökad förståelse för organisationernas behov och olika förutsättningar och dels för att skapa igenkänning och ett ökat förtroende hos företagen.

I samband med företagsbesöken presenterades den digitala Vårdskapsutbildningen som är ett delmål i projektet och ett krav för de anslutna organisationerna för att ta del av alla övriga insatser. Vårdskapsutbildningen har varit öppen och tillgänglig under hela projektiden och mottogs mycket positivt av företagen och målet var att nå 2400 personer.

I och med behovsanalysen som gjordes vid företagsbesöken togs det fram ett gediget underlag för att skapa de branschspecifika utbildningarna med utgångspunkt från verksamheternas krav och arbetsmarknadens behov. En kurskatalog skapades som gick ut till alla berörda för första gången strax innan sommaren 2018 med innehåll för hösten 2018-års utbildningar.

Eftersom projektet kom igång lite sent så fanns projektpengar över som gjorde det möjligt att förlänga med 5 månader vilket innebar en termin extra utbildningsinsatser, då det var viktigt att befästa årshjulet och utbildningsperioderna som den framtagna modellen bygger på. Tyvärr blev den sista terminen drabbad av Covid-19-pandemin vilket gjorde att de sista branschspecifika utbildningarna fick ett mycket lägre deltagande än vad som räknats med.

Swedish Welcome

Arbetsstruktur arbetades fram för verksamhetsgenomlysningarna tillsammans med Swedish Welcome som genomförde insatsen. Det är en insats som genomlyser verksamheterna och lyfter förbättringsområden och ger förslag på utveckling. Här har projektet mött verksamheternas svagheter genom erbjudanden om insatser som matchar kompetensbehovet genom de branschspecifika utbildningarna. Målet var från start 25 verksamhetsgenomlysningar med en variation av exempelvis boende, upplevelse och mat .

Inspirator

Som delmål i projektet skulle även ett företagsspel, Inspirator, genomföras. Utbildningen ska ske under två dagar och under två sammanhängande tillfällen med grupper om cirka 15 personer som får lösa ett affärs-case under ledning av en välutbildad lärare. Affärs-caset tar sin utgångspunkt i besöksnäringen och deltagarna får resonera kring det mesta inom företagandet såsom affärsplaner, marknadsföring, likviditet, lån, ekonomi, investeringsbeslut och annat som har med affärsutveckling att göra. Förväntade effekter av utbildningen är att företagen ska bli stärkta i sin position både nationellt och internationellt, öka sin lönsamhet och att nya produkter och tjänster ska utvecklas.

PO2

I arbetet med PO2 har varit att skapa möjligheter för personer som står långt ifrån arbetsmarknaden (PO2) att komma närmare arbete. Syftet var att genomföra ett pilotprojekt för att ta fram en metod/modell som möjliggör för personer som befinner sig i utanförskap att kliva in på arbetsmarknaden. Arbetet har skett i samverkan mellan Arbetsförmedlingen, näringslivet och projektet.

Projektmålet var att ta fram en modell där 20 deltagare ingick för att samtliga ska närma sig arbetsmarknaden. Modellens uppbyggnad:

- Verksamhet inom besöksnäringen anmäler intresse och behov av personal.
- Arbetsförmedlingen tar fram ett antal intressenter.
- Studiebesök med speedintervjuer.
- Vid matchning inleds en praktik 1 med riktigtid 1 månad.
- Utvärdering och en kortare utbildningsinsats.
- Praktik 2 med riktigtid 1 månad.
- Utvärdering och introduktion till arbete alternativt längre utbildningsinsats.

Projektmålet var att ta fram en modell där 20 deltagare ingick för att samtliga ska närma sig arbetsmarknaden.

Horisontella principerna

Projektets grundtanke med de horisontella principerna var att särskilt arbeta med frågorna genom föreläsningar och workshop. En inspirationsföreläsning med Urszula Hanson från Länsstyrelsen genomfördes och hon har även varit med som rådgivare under hela projektiden. De horisontella principerna har även varit en stor del av den digitala Vårdskapsutbildningen, där vikten av att möta alla individer utifrån dennes perspektiv lyfts fram. Utbildningen fokuserar på människors olika förväntningar och förutsättningar samt visar olika exempel på situationer utifrån olika människors perspektiv. Det har framkommit under projektiden att ämnet inte bör särskiljas och lyftas ut utan under projektets gång har strategin ändrats och ämnet har integrerats i alla insatser istället.

1447 unika individer har påbörjat en eller fler utbildningsinsatser (986 kvinnor och 461 män) dock 1333 unika individer (390 män och 943 kvinnor) med registrerade tidrapporter (187 individer som påbörjat och ej fullföljt alternativt inte fått godkänt resultat) samt även 4 personer i PO2

varav 1 kvinna och 3 män. Projektet har inte gjort några extra insatser för att fler män ska ta del av insatserna och detta beror främst på att högre positioner inom besöksnäringen dominerar männen trots att det generellt arbetar fler kvinnor i branschen. Vi ser att genom att stärka kvinnorna i deras positioner kommer det förlängda resultatet att gynna en jämnare fördelning i branschen generellt.

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?

Projektet hade en ganska tuff start en bit in i analys- och planeringsfasen och på grund av sjukdom och organisatoriska förändringar blev det en del förseningar. Projektet tog ny fart i slutet av 2017 då det operativa arbetet kom igång på allvar. Stor tid lades på personliga besök hos företagen och kommunerna för att förankra projektet på bästa möjliga sätt. Den digitala Vårdskapsutbildningen skickades ut till alla anmälda organisationer i slutet av 2017 och projektpersonalen närvarade och presenterade projektet på kommunens och regionens besöksnäringss dagar. Även om projektet fick ny fart var det svårt att hitta engagemanget i kommunerna då de inte hade resurser att avsätta för projektet så strukturen ändrades och det bestämdes att projektpersonalen vidare skulle arbeta direkt till näringen. Ju längre projektet pågick desto större engagemang och förtroende skapades hos verksamheterna och desto större blev också efterfrågan på insatserna som erbjudits. Dock har bristen på resurser fortsatt begränsa kommunernas engagemang i projektet.

Delmålen som genomfördes i projektets genomförandefas:

Den digitala Vårdskapsutbildningen

Målbilden var att nå 2400 personer med den digitala Vårdskapsutbildningen och fram till projektets slut har projektet nått 1333 godkända utbildningsresultat.

Ett antal större företag anmälde intresse för ett stort antal anställda i början av projektet men betydligt färre genomförde utbildningen i praktiken.

Syftet med utbildningen i vårdskap för besöksnäringen i Halland är att öka målgruppens kunskaper om jämställdhet, mångfald, icke-diskriminering, kunskap om vårdskap och bemötande, samt om Halland som destination. Utbildningen är digital, genomförs individuellt och tar ungefär en och en halvtimme att göra.

Utbildningen bygger på Region Hallands omfattande Värdegrundsarbete som arbetades fram i ERUF projektet Destination Halland 2020. Värdegrundsarbetet leddes av KommuniMera tillsammans med näringen, Region Halland och Kommunerna där man kom fram till en gemensam syn på hur ett gott halländskt vårdskap ska präglas. Kärnan som resultatet mynnade ut i var Stolta, Engagerade och Proffsiga samt "Våra gäster är allas gäster". Utbildningen sätter fokus på att varje människa är unik med unika behov och önskemål och det är viktigt att ta reda på vad dessa unika behov för att ge det bästa halländska vårdskapet. För att möta varje enskild individs behov är det viktigt att veta vad destinationen har att erbjuda och genom samarbete och genom att rekommendera andra besöksmål i Halland får vi våra gäster att stanna längre vilket i sin tur gynnar hela besöksnäringen i Halland.

De högt uppsatt målen i projektet med att genomföra minst 2400 godkända individer har inneburit att projektet arbetade fram en möjlighet att genomföra utbildningen i grupp istället för individuellt vilket möttes mycket positivt. Detta för att bredda målgruppen och möta olika individers behov. Genomförandet av utbildningen i grupp innebar att istället för att individerna satt och gjorde utbildningen på egen hand höll en ledare utbildningen och frågorna diskuterades i grupp. Det här utbildningssättet genererade bra diskussioner i grupperna och det skapades en gemensam bild

av hur man vill agera och arbeta på företaget vilket blev ett mervärde i sig. Det öppnade även upp möjligheter för språksvaga individer att genomgå utbildningen då det var lättare att förklara och förtydliga innehållet samt att tempot kunde justeras utifrån förutsättningarna. Utbildningen har fått mycket fina utvärderingar som visar på att deltagarna känner sig stärkta i sin yrkesroll, ökade kunskaper om Halland som destination samt resulterat i en ökad känsla av att de har något att erbjuda till det egna företaget i termer av utveckling och förbättring. Utbildningen har även som syfte att öka kunskaperna kring jämställdhet, mångfald och icke-diskriminering vilket har visat sig vara begränsat. Detta beror på att målgruppen redan från början är väl insatta i frågorna då det är en naturlig del för att attrahera en så bred målgrupp som möjligt. Utbildningen uttrycker inte ordagrant någonting om horisontella principer utan informationen och exemplen är integrerade i utbildningen varav utvärderingsfrågorna om jämställdhet, icke diskriminering samt jämlikhet inte känns igen även om informationen funnits med. Utbildningens grund fanns redan från start då turistrådet i Västsverige haft en digital Vårdskapsutbildning som projektet kunde ta del av. Med denna grund fylldes utbildningen på med halländskt innehåll och halländska inspiratörer där projektet har använt sig av sakområdesexpert från Länsstyrelsen för att kvalitetssäkra de horisontella principerna redan från start. Besöksnäringen består av många förstagångsjobb för ungdomar, ett fokus som saknades i projektet. Samarbete med gymnasieskolor bör finnas med vid framtida projekt då det är en stor vinning att förbereda den här målgruppen redan innan de går ut i arbete samt inför säsongsarbete.

Lärrarledda företagsspel för ökad affärsmässighet (Inspirator)

Insatsen är ett företagsspel som ursprungligen baserades på två sammanhängande dagar med grupper om cirka femton personer som får lösa ett affärs-case under ledning av en välutbildad lärare. Målbilden var två spelomgångar med femton deltagare. Insatsen var svår att få genomförd på grund av för lågt antal anmälda. Projektet försökte presentera och marknadsföra insatsen vid ett flertal tillfällen men utan att komma upp i antalet deltagare som krävs för genomförande på ca 15 personer. Detta kan bero på flera faktorer så som att det "låg fel i tiden" dvs för nära sommarsäsongen, att namnet Inspirator (som insatsen hette) var för otydligt och svårt att förstå syftet. Projektet bytte strategi och insatsen komprimerades till en dag samt bytte namn till Affärsmannaskap. 19 anmälde sig och 14 kom till utbildningsdagen, 6 män och 8 kvinnor.

Externa verksamhetsgenomlysningar (Swedish Welcome)

Swedish Welcome är en insats där de förväntade effekterna är större insikter om den egna verksamheten som ska leda till ökad lönsamhet vilket skapar tryggare jobb och fler arbetstillfällen. Verksamheten som deltar i denna insats får ett oanmält besök av en "professionell gäst", en person som har som jobb att uppleva turismverksamheter ur gästens perspektiv. Rådgivaren arbetar strukturerat utifrån en checklista med drygt hundra punkter inom tio olika områden. Allt för att ge en heltäckande bild av verksamheten. Därefter bokas ett möte in där rådgivaren går igenom protokollet med förbättringsförslag som sedan delvis kan kopplas till de branschspecifika utbildningarna som erbjudits i projektet. Målbilden för insatsen var 25 verksamhetsgenomlysningar under projektiden. Insatsen fick tyvärr en svår start på grund av sjukdom och kom igång senare än planerat. Under sommaren 2018 kom dock insatsen igång varav 3 verksamhetsgenomlysningar genomfördes, därefter genomfördes ytterligare 9 genomlysningar och totalt sett 12. Projektet valde ett mindre antal genomlysningar med uppföljningar cirka ett halvår efter än att genomföra 25 utan uppföljningar. Detta för att se effekten av insatsen, vad har insatsen gett, har verksamheten gjort några förändringar, ser man en förflyttning i verksamheten var frågeställningar som gjordes vid uppföljningen. Resultatet har varit varierande i de olika verksamheterna, vissa har gjort stora förändringar medan vissa inte har gjort några förändringar alls. Detta bottnar i resurser/bristen på resurser för att göra förändringar

men det bottnar också i engagemang/avsaknaden av engagemang för att verkligen komma igång för att göra förändringar.

Även kopplat till insatsen har projektet valt att ta hjälp av en expert från Länsstyrelsen Halland om hur man bättre kan integrera de horisontella kriterierna i aktiviteten. Tjänstepersonen har bidragit med rekommendationer och förslag till Swedish Welcome hur de kan utforma sina checklistor vid "hemliga företagsbesök" för att bättre integrera jämställdhetsperspektivet och andra bakgrundsfaktorer kopplat till tillgänglighet. Företagen har varit positivt inställda till ämnet och analyserat sin verksamhet gällande bemötande, vilket utbud de erbjuder samt vilka typer av personer man väljer att anställa etc.

Branschspecifika utbildningar

Branschspecifika utbildningar har varit projektets framgångsrikaste delmål. Projektet har haft som mål att nå minst 500 deltagare som ska ta del av utbildningarna. Totalt har 73 utbildningar erbjudits med sammanlagt 497 unika deltagare varav 152 män och 345 kvinnor. Förväntade effekter av utbildningarna är ökad professionalisering i den egna verksamheten tillsammans med större insikt om Hallands besöksnäring globalt, vilket leder till ökad lönsamhet, skapar tryggare jobb och fler arbetstillfällen.

I början av projektet gjordes en enkätundersökning där personal kunde gå in och ge förslag på olika kompetenshöjande insatser de efterfrågade. Tyvärr var det mycket dålig respons på enkäten med endast ett drygt 20-tal av varierad kvalitet då det förekom önskemål så som dans, yoga etc. Med detta till grund tillsammans med att personalansvarig måste godkänna individernas insatser och då bör vara med att se verksamhetens behov, gjorde att enkäten togs bort och behovsanalysen genomfördes vid företagsbesök istället.

Med behovsanalysen som grund skapades en kurskatalog med olika utbildningsinsatser. Dessa utbildningsinsatser kategoriserades in i ämnesområden som presenterades under projektets genomförande. Det största ämnesområdet var digitalisering där utbildningar som exempelvis "Hur du skapar en attraktiv hemsida", InDesign, Google Analytics och Facebook/Instagram erbjöds. Andra ämnesområden som projektet berörde var exempelvis ledarskap, kommunikation och försäljning. I första kurskatalogen var utbildningsinsatserna spridda i alla 6 kommunerna men ändrades till främst 3 kommuner då det var svårt att få deltagare till de mindre kommunerna. Det är bra kommunikationer i Halland och de individer som finns i de lite mindre kommunerna kände att resa en liten bit inte var ett problem, det var bättre än att utbildningen fick ställas in på grund av för få deltagare. Den första kurskatalogen skickades ut i maj 2018 med utbudet för hösten 2018, sammanlagt skickades 4 kurskataloger ut under projekttiden med erbjudande om över ett 60-tal utbildningar. Första utbildningsperioden som startade redan 1 september låg alldeles för nära in på företagets säsong och de första utbildningarna blev inställda på grund av för få anmälda. Detta blev en lärdom där utbildningsperioderna anpassade efter näringens "lugnare perioder". Den nära dialogen med företagen samt destinationscheferna har möjliggjort ändrade behov hos näringen därefter utbildningsutbudet har anpassats. Regelbundna enkätundersökningar har gjorts efter respektive utbildning som underlag för att skraddarsy utbildningskatalogen. Projektet har också arbetat efter en bred målgrupp för att passa alla typer av företag inom besöksnäringen som är heterogen i sin sammansättning.

Den främsta utmaningen i projektet har varit att nå ut till företagen och framför allt att nå ut till alla individer. På de 168 anslutna verksamheterna har projektet arbetat mot en eller två kontaktpersoner som i sin tur ansvarar för att berörd personal nås av informationen. Projektet har uppfattat att informationen ibland stannat hos kontaktpersonen/personerna och inte förts vidare till berörd personal. Ett stort arbete har lagts på att hålla en kontinuerlig dialog med dessa samt att arbeta nära destinationsbolagen och förtroendegivande aktörer för att tillsammans få ut informationen så brett som möjligt. En annan utmaning har varit arbetet med att paketera och kommunicera utbildningarna på ett tillgängligt och attraktivt sätt. Detta så att företag enkelt ska

förstå vad de kan få ut av sitt deltagande och hitta de kurser som känns mest relevanta utifrån behov och tid.

Projektet har arbetat med 6 upphandlade utbildningsaktörer som erbjudit utbildningar som efterfrågats samt även utbildningar projektet sett ett behov av. Utbildningarna har haft en hög kvalitetsnivå och varit mycket uppskattade. Alla utbildningsinsatser har utvärderats direkt efter utbildningens avslut och det har på så sätt varit möjligt att snabbt agera vid eventuella förbättringssynpunkter. Totalt har de branschspecifika utbildningarna haft 497 unika deltagare varav 152 män och 345 kvinnor som deltagit i insatserna. Att det är övervägande kvinnor som deltagit har projektet sett som positivt då det är kvinnorna som dominerar i branschen men dessvärre inte i de högre posterna och därmed positivt att just stärka kvinnorna i sina positioner. Projektet har under projekttiden förändrat målet med de horisontella principerna då det från början var särskilda insatser som skulle genomföras i ämnet. Vi har dock sett en vinning i att integrera ämnet i alla insatser och varit obligatoriskt för utbildningsaktörerna. Alla föreläsare har haft möjlighet att granska och få feedback av sakområdes expert från Länsstyrelsen vilket övervägande också har gjort, det har varit ett erbjudande men inget tvång. Projektet har dock haft som krav i upphandlingen med utbildningsanordnarna att beakta de horisontella kriterierna: tillgänglighet, jämställdhet och icke diskriminering. Ett exempel på detta är en av aktörerna som hade möte med sakområdes expert då de skulle ha en utbildning i konflikthantering de fick då hjälp att se ämnet utifrån flera perspektiv exempelvis hur man löser konflikter på en arbetsplats som grundar sig i olika trosuppfattningar utan att diskriminera någon. De fick även tips och idéer hur presentationen kan vara uppbyggd för att möta på ett jämställt och icke diskriminerande sätt. Projektets verksamhetsgenomlysningar har också använt sig av länsstyrelsens expertis vilket har lett till ett utökat antal punkter som rådgivaren går igenom vid verksamhetsgenomlysningen. Generellt är besöksnäringen väl framme i området då det är viktigt för branschen att möta människors olika behov och önskemål och verksamheterna bygger på gästers och kunders upplevelser. Exempel på detta kan vara en meny som tydligt talar om vad maten innehåller, handikappanpassning eller en hemsida med olika översättningsfunktioner. Genom att integrera de horisontella principerna i ämnesområdena blir det lättare att få nya infallsvinklar och konkreta exempel istället för att göra det svårt och ogripbart. Projektgruppen har själva tagit hjälp av sakområdesexperten för att kvalitetssäkra genomförandet av insatserna i projektet.

Programområde 2 (PO2)

I arbetet med PO2 har varit att skapa möjligheter för personer som står långt ifrån arbetsmarknaden (PO2) att komma närmare arbete. Syftet var att genomföra ett pilotprojekt för att ta fram en metod/modell som möjliggör för personer som befinner sig i utanförskap att kliva in på arbetsmarknaden. Arbetet har skett i samverkan mellan Arbetsförmedlingen, näringslivet och projektet.

Projektmålet var att ta fram en modell där 20 deltagare ingick för att samtliga ska närma sig arbetsmarknaden. Modellens uppbyggnad:

- Verksamhet inom besöksnäringen anmäler intresse och behov av personal.
- Arbetsförmedlingen tar fram ett antal intressenter.
- Studiebesök med speedintervjuer.
- Vid matchning inleds en praktik 1 med riktigtid 1 månad.
- Utvärdering och en kortare utbildningsinsats.
- Praktik 2 med riktigtid 1 månad.
- Utvärdering och introduktion till arbete alternativt längre utbildningsinsats.

Inom ramen för projektet har fram till idag fyra personer kommit ut i arbete samt en individ har genomfört en utbildning. Intresset var stor för insatsen hos företagen men Arbetsförmedlingen hade svårt att hitta individer från målgruppen som kunde delta. Samarbetet med Arbetsförmedlingen har varit ojämnt och delvis utgjort en flaskhals i arbetet med långa ledtider

och dålig återkoppling.

Projektet anser att den allmänna inställningen i insatsen var mycket positiv. Företagen ställde generellt inga speciella krav mer än att det var viktigt att man tycker om att arbeta med människor och är "serviceminded". Inte heller språket var ett hinder förutsatt att deltagaren kunde engelska. Men en problematik var att företagen kunde ligga vid plaster med begränsad eller ingen kollektivtrafik och det blev då problem hur de skulle ta sig till och från arbetet. Projektet gick inte vidare med insatserna i förlängningen på grund av de långa ledtiderna i modellen samt den stora turbulensen. Vi ser inte att modellen håller rakt igenom då de korta utbildningsinsatserna inte är avgörande för att få arbete då företagen lägger större vikt vid att vara på plats och lära sig språket och arbetsuppgifterna.

Kort sammanfattning resultat:

Totalt sett har Kompetens Destination Halland varit ett lyckats projekt även om de kvantitativa målen inte uppnåtts i alla delmål.

- Deltagarna ska uppleva att de ökat sin kunskap och medvetenhet kring jämställdhet, mångfald och icke-diskriminering. Besöksnäringen anses redan från början ha ett inkluderande och öppet synsätt och projektets mål var att bibehålla detta och arbeta vidare med värdskapet och ett bemötande mot en mångfald av besökare. Eftersom näringen arbetar mycket inom området valde projektet att integrera ämnet i projektets insatser istället för att särskilja ämnet. Exempelvis gjorde rådgivaren tillägg checklistorna som används vid genomlysningen efter möte med sakområdesspecialist från Länsstyrelsen. Ett annat exempel är vid en utbildning om "Hur man skapar en attraktiv hemsida" visades vikten av t.ex. mångfald i bilder för att inte exkludera. I utvärderingarna har det inte visat sig så mycket att kunskapen har ökat i området vilket kan bero på att ämnet integrerats t.ex. i den digitala Vårdskapsutbildningen som består av flera reflektionsövningar och exempel om vikten av att bemöta människor utifrån deras förutsättningar. Men i övningarna uttalas det inte att det handlar om de horisontella principerna vilket gör det svårt vid en utvärdering när man fått ökad kunskap om detta.

- Nätverk har skapats mellan regionens företag och kunskap om bemötande och värdskap är stor hos näringen. En framgångsfaktor i projektet har varit de branschspecifika utbildningarna när företag från olika branscher träffas för samma ämne. Vinningen och vikten av att träffa "kollegor" från andra städer och branscher har varit återkommande i merparten av utvärderingarna. Kontaktnät har skapats och till och med nya samarbeten företag emellan.

- Kunskapen om Halland som destination är stor hos näringens anställda. I projektets arbete med Vårdskap har kunskapen om destinationen varit en viktig bit. I den digitala Vårdskapsutbildningen går det igenom om vikten av att "Känna sin Region" för ett kunna ge det bästa Vårdskapet. Det talas även om "Mina gäster är allas gäster" just för att visa vikten av samarbete. Genom att träffa "kollegor" från andra branscher och städer i de branschspecifika utbildningarna har kunskapen om destinationen också stärks genom nya kontakter och samarbeten företag emellan.

- Nationella parter som Visita, HRF m.fl. visar intresse för den halländska modellen.

Projektet har kontinuerligt arbetat med de nationella parterna och har bland annat suttit med branschrådet för utbildning och kompetensförsörjning i Halland där parterna varit representerade.

- Det finns upparbetade relationer mellan samtliga av de deltagande nyckelaktörerna. Vid projektets start fanns en bild bland destinationscheferna att regionens kommuner tidigare arbetat i stuprör men att man under senare år har förstått att en samstämmig bild av Halland är fördelaktigt för samtliga parter. Det finns idag en regional fokus där det primära handlar om att tillgodose besökarnas behov framför fokus på kortsiktig ekonomisk vinning. Kommuner samverkar och är mindre rädda att "dela med sig av besökarna". Utifrån intervjuer av WSP med projekt- och styrgrupp kan konstateras att destinationscheferna på olika sätt vittnar om att de genom projektet kommit varandra närmare i bemärkelsen ökat förståelsen för varandras

förutsättningar samt kortat kontaktvägarna kommunerna emellan. Det fanns en bild bland destinationscheferna att regionens kommuner tidigare arbetat i stuprör men att man under senare år har förstått att en samstämmig bild av Halland är fördelaktigt för samtliga. En stor del av mervärdet och resultatet från projektet har handlat om att just skapa regional samverkan å ena sidan mellan kommunerna och å andra sidan mellan regionen och kommunerna.

- AF och branschen är intresserade av att fortsätta samarbete kring rekrytering och kompetensbehovsfrågor. Arbetet med PO2 har varit svårt delvis har det med att göra med strukturella faktorer (låg arbetslöshet) men även att engagemanget från myndigheten har varit ojämnt och i delar personberoende. Arbetsförmedlingen arbetar med en reformering från 2019 och framåt och möjliggör en förbättrade förutsättningar för närmare samarbete mellan AF och näringen. Det finns har funnits ett stort intresse bland besöksnäringens företag att nå dessa individer särskilt med den kompetensbrist som råder inom branschen. Företag och anställda inom branschen visar på ett fortsatt intresse att arbeta tillsammans med andra parter som AF och utbildningsanordnare kring kompetensbehovsfrågan och rekrytering.

- Intresse för fortsatta kompetensutvecklingsinsatser är stort hos branschen. Under projektets gång ökade intresset för insatserna markant och till sista terminen av de branschspecifika utbildningarna var i stort sett alla utbildningarna fulla redan innan utbildningsperioden startade vilket tyder på att intresset för kompetensutvecklingsinsatser är stort hos branschen. Region Halland har även beviljats ett fortsättningsprojekt, Hållbar Kompetens i Halland, med start 1 mars med inriktning på Hållbarhet där ett stort antal företag redan anmält deltagande i projektet.

- Det finns en stor förståelse hos samtliga medverkande parter för plattformens betydelse för den regionala utvecklingen. En etablerad samverkansplattform för det fortsatta arbetet visar att det finns goda förutsättningar att lärdomar tas vidare. Det framkommer från våra intervjuer att Region Hallands besöksnäringens avdelning idag upplevs som en naturlig partner och bjuds in till en mängd olika kommunala forum för utveckling av besöksnäringen.

Arbetsätt

Beskriv projektets huvudsakliga arbetsätt 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 huvudsakligen haft ett agilt arbetsätt. Hela projektiden har byggts på ett nära samarbete med destinationsansvariga i Hallands 6 kommuner. Grundstrukturen i arbetsättet var att kommunerna, som arbetar med den nära kontakten med näringen, skulle vara projektets kanal utåt. Under resans gång ändrades dock strukturen då kommunerna hade begränsade resurser att avsätta för projektets insatser så det bestämdes att projektpersonalen vidare skulle arbeta direkt till näringen.

Digitala Vårdskapsutbildningen

Flexibilitet: Ett av projektets delmål var den digitala Vårdskapsutbildningen som genomfördes digitalt och individuellt. Utbildningen kunde göras var som helst och möjligheten fanns att pausa och fortsätta vid ett senare tillfälle. Detta gjorde utbildningen mycket flexibel och varje individ kunde genomgå utbildningen i egen takt och på egna villkor. En stor del i utbildningen var också det digitala i flera perspektiv dels så innehåller utbildningen information om hur man bör och kan arbeta mer digitalt men också själva utbildningsformen som var digital.

Vi fick dock tidigt frågan om utbildningen fanns på annat språk än svenska då en del personal, framför allt lite större verksamheter, inte kunde eller hade begränsad kunskap i svenska språket. Tyvärr fanns det inte möjlighet i projektet att möta det önskemålet då det var en kostnadsfråga att lägga till översättningsfunktioner.

Utbildning i grupp: Efter diskussioner med en del verksamheter så skapade projektet möjligheten att genomföra utbildningen i grupp då en "utbildningsledare" står framför gruppen och går igenom

den på storskärm, då skapades möjlighet att även förklara och förtydliga mer ingående vilket verkligen var uppskattat hos de som är lite språksvaga. Ett mervärde som vi upptäckte i och med dessa grupputbildningar var att det blev många bra diskussioner om företaget egna värderingar och hur olika människor tolkar olika situationer. Utbildningen gav också möjligheten för språksvaga att lära sig mer om svenska språket samt fackspråket som används i utbildningen. Gymnasieskolor: Projektet fick också många förfrågningar om det fanns möjlighet att få elever som går gymnasiet med relevant inriktning att gå utbildningen för att vara bättre rustade inför sommarjobben och efter studenten. Branschen har en stor uttalad kompetensbrist och projektet såg detta som en liten hjälp till att stärka kompetensen för individer som stod mycket nära till arbete, denna insats var dock mycket begränsad eftersom det inte fanns ett sådant fokus i projektet utan en efterfrågan som kom upp under projektets gång och spridning. Vi erbjöd de gymnasieskolorna som var intresserade att projektpersonalen kunde komma och genomföra utbildningen i grupp och totalt genomgick 80 elever från tre kommuner utbildningen vilket var enormt uppskattat både i skolorna samt företagen som fick en bättre rustad personal. Utmaning: Projektets stora utmaning var att nå upp till den stora kvantitet som skulle genomföra utbildningen, ca 1300 individer blev resultatet av målet som var på 2400 individer. En huvudsaklig orsak till detta var en stor överskattning hos några av de stora verksamheterna som anmält många individer men i praktiken deltog endast ett fåtal.

Branschspecifika utbildningar

Behovsanalys: Projektet la mycket tid på att lära känna, förankra projektet samt hitta behovet hos målgruppen.

Behovsanalyserna byggde sedan strukturen och underlaget till aktiviteternas genomförande tillsammans med Region Hallands omvärldsanalyser och uppfattade behov hos näringen.

Årshjul och utbildningsperioder: Projektet såg redan tidigt ett tydligt årshjul som besöksnäringen arbetade efter då näringen är mycket säsongsbetonad, tydlig sommar- och vintersäsong (även för de verksamheter som hade öppet året runt). För att möta behovet utifrån näringens förutsättningar togs det fram utbildningsperioder då näringen hade mindre att göra arbetsmässigt, utbildningsperioderna var mellan slutet av februari till slutet av april samt slutet av september till slutet av november. Utbildningsperioderna justerades allteftersom projektets genomförande då det första året var svårt att få deltagare till de första utbildningarna på grund av att de låg för nära inpå sommarsäsongen.

Kurskatalog: Med de tydliga utbildningsperioderna som grund togs en kurskatalog fram som presenterades säsongen innan genomförande dvs höstens kurskatalog skickades ut innan sommaren och vårens kurskatalog skickades ut innan jul. Utöver detta skickades inbjudningar och påminnelser kontinuerligt via mail under utbildningsperioden, utskickens olika intensitet berodde på hur anmälningsstatusen befann sig. Sista kurskatalogen och utbildningsperioden innan projektslut var i stort sett alla utbildningar fullsatta redan någon månad efter kurskatalogen skickade ut.

Anmälningar: Projektet arbetade kontinuerligt med anmälningarna till utbildningarna, fanns platser kvar skickades påminnelser och inbjudningar ut för att fylla platserna. Reservplatser sattes upp och vid avbokningar kontaktades reserver för att hålla utbildningarna fullsatta. Vi utbildningar som inte blev fullsatta avbokades lokaler och utbildare i god tid för att undvika onödiga kostnader.

Utvärdering: Varje insats utvärderades både genom samtal men även genom enkäter som skickades ut direkt efter aktiviteten. Alla samtal och enkätsvar analyserades för att på ett så effektivt sett helat tiden snabbt förbättra insatserna. Vid synpunkter och förbättringsönskemål vidtogs åtgärder omgående. Genom projektpersonalens nära kontakt till målgruppen byggdes ett förtroende upp under projektets gång genom lyhördhet och målgruppen märkte att deras önskemål blev verklighet.

Företagsspel, Inspirator

Lärrledda företagsspel för ökad affärsmässighet eller Inspirator som insatsen heter är en insats som sker under två dagar om ca 15 personer som får lösa ett affärs-case under ledning av en välutbildad lärare. Det var svårt att få tillräckligt med intressenter till denna insats som grundar sig i att utbildningen sträcker sig över två dagar i streck vilket är väldigt svårt för företagare att vara borta från sin verksamhet. En annan anledning är att utbildningen inte tillräckligt tydligt beskriver själva affärsnyttan av att gå den vilket gör att man inte heller ser vinningen att delta. Projektet ändrade om förutsättningarna och ändrade namnet till Affärsutveckling samt komprimerade utbildningen till en dag vilket resulterade i att projektet kunde genomföra insatsen med 14 deltagare.

Tillfället genomfördes med 14 deltagare av 19 anmälda varav 6 män och 8 kvinnor. Insatsen fick väldigt fina utvärderingar men som ofta i kortare insatser tyckte man att det var ont om tid. Utbildningen hade komprimerats för att öka attraktionsgraden då målgruppen har svårt att delta i längre utbildningsinsatser på grund av tidsbrist så det är en komplex fråga att bemöta.

Verksamhetsgenomlysningar, Swedish Welcome

Professionella rådgivare genomför en praktisk genomgång och analys av verksamheten genom ett oanmält besök och ett bokad möte. Återkopplingen lyfter både styrkor och förbättringsområden med förslag och tips på hur verksamheten kan stärka sitt erbjudande. Den sammanfattande rapporten blir en handlingsplan för att på egen hand fortsätta resan mot full hållbarhet. Projektet valde även att följa upp de 12 verksamheterna som deltagit i insatsen för att se effekten. Resultatet var mycket varierande då en del verksamheter hade gjort stora förändringar medan andra verksamheter inte hade gjort några förändringar alls och orsaken var tid- eller resursbrist.

Programområde 2, PO2

I PO2 arbetade projektet med en modell som byggde på ett nära samarbete med Arbetsförmedlingen (AF) och näringen där projektet var den sammanhållande funktionen. När en verksamhet hade påtalat ett behov av att utöka sin personal och såg denna metod som en bra möjlighet meddelade projektet detta till AF som började leta intressenter. När det fanns ett underlag av intressenter bokades ett studiebesök in med speeddating. Om/när det blev en matchning blev det först en månads praktik som sedan utvärderades för att eventuellt sätta in en kortare utbildningsinsats och därefter ytterligare en månads praktikperiod.

I teorin var det ett bra upplägg men i praktiken blev resultatet ett annat. Neringen var mycket positiva till arbetssättet och modellen men AF hade svårt att hitta intressenter dels för att arbetslösheten generellt denna period var mycket låg och dels för att det fanns svårigheter med kommunikationerna då det var svårt att hitta intressenter som hade körkort och kollektivtrafiken var mycket begränsad. En annan svårighet var att det var svårt med kontakten med AF med långa svarstider och svagt engagemang. 4 personer totalt genomgick modellen eller delar av modellen. En person var endast ett kort tag på praktik och försvann sedan. 2 personer genomgick praktiken men gjorde inte någon kompetenshöjande insats. 1 person gick igenom hela modellen med praktik och utbildningsinsats (en städutbildning). Alla fick arbete på arbetsplatsen som de gjort sin praktik efter modellens genomförande med undantag för personen som försvann.

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 deltagit på kommunernas besöksnäringsdagar samt även Regionens besöksnäringsdagar för att synliggöra projektet genom presentation och informationsmaterial och

kurskatalog. Det har även tagits fram en kort film med fyra ambassadörer för projektet som berättar om deras erfarenheter från projektet. Informationsmaterial samt nyhetsbrev har kontinuerligt skickats ut till alla kommuner som vidare har distribuerat ut det till näringen i Halland. Projektpersonalen har vid samtliga branschspecifika utbildningar presenterat projektet för deltagarna för att sprida bakgrund och kunskap om projektet och projektets mål. Flera destinationer runt om i Sverige har kontaktat projektet och varit mycket intresserade av Vårdskapsutbildningen samt även gymnasieskolor i andra regioner som också velat ta del av utbildningen. Projektet har varit delaktiga i branschråd tillsammans med Visita, Arbetsförmedlingen, utbildningsaktörer samt näringen där det diskuterats olika kompetensfrågor samt kompetensförsörjningsfrågor. Hotell och restaurang facket har varit en intressent för kompetensmodellen i projektet. En regional samverkansplattform för besöksnäringens frågor har etablerats på regionen och ett nytt ESF-projekt har beviljats som bygger på samma struktur som i Kompetens Destination Halland men har inriktning mot Hållbarhet. Tyvärr har den pågående pandemin utgjort en del hinder då den tilltänkta spridningskonferensen ställts in, planen är att den istället ska genomföras i höst.

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?

Extern utvärderare

Projektet har använt sig av WSP (tidigare Kontigo) som utvärderare som har under projektets gång blivit ett mer och viktigare stöd. Projektet hade en trög uppstart med organisatoriska förändringar vilket gjorde att samarbetet inte riktigt kom igång på riktigt förrän en bit in i projektet. Arbetet med WSP har, när det väl kom igång, varit mycket viktigt för att få perspektivet utifrån. De har tagit fram tre huvuddokument; nulägesrapport, halvtidsrapport och slutrapport. Detta har varit viktiga dokument tillsammans med kontinuerliga avstämningarna projektet haft tillsammans med WSP. WSP har bidragit genom att:

- På ett oberoende sätt analyserat förutsättningar i projektet och lyft upp eventuella svagheter för att ge möjlighet att skapa de bästa förutsättningarna att nå projektets mål.
- Varit ett bollplank vid funderingar och utmaningar.
- Involverat och engagerat styrgruppen genom workshop.
- Hjälpt projektet att prioritera och hitta lösningar längs vägen mot projektmålen.

WSP har arbetat med egna intervjuer av styrgruppsmedlemmar, projektpersonal, tjänsteperson från Länsstyrelsen och deltagare samt gjort egna enkätundersökningar. De har även analyserat utvärderingsmaterial som projektpersonalen har samlat in.

Projektets uppföljning och utvärdering

Projektet har kontinuerligt arbetat med utvärdering genom enkäter, intervjuer och samtal. Framgångsnyckeln för projektet har varit att allt utvärderas och därefter analyseras, (vid behov och inom ramen för projektet) ändras om och uppdateras inför ett nytt genomförande. I samband med insatserna har en utvärdering skickats ut och nedan är exempel på frågorna som är med i utvärderingen:

- Kommer du att ha praktisk nytta av det du lärt dig i ditt arbete?
- Upplever du att utbildningen har stärkt dig i ditt arbete?
- Hur väl svarade kursen mot kursbeskrivningen?

Frågorna som ställdes i utvärderingen hade en skala mellan 1 till 5 där 1 var sämst resultat och 5 visade bästa resultat. Resultatet från utvärderingarna har varit fantastiskt bra generellt haft ett medelvärde över 4 på övervägande utbildningar.

Uppföljningar har även gjorts av projektets utvärderare i sin halvtidsutvärdering där ett antal

telefonintervjuer genomfördes med företag som deltagit vid olika utbildningar. Utdrag från halvtidsutvärderingen:

"- Vår sammantagna bild efter att ha gått igenom företagens enkät- och intervju svar är att utbildningarna genomgående har varit av hög kvalitet"

Ett stort mervärde vid utbildningstillfällena har varit alla kontakter, erfarenhetsutbyten, samarbeten och nätverk som skapats. Deltagarna har stärkts i sina arbetsroller och på arbetsmarknaden genom de olika insatserna. Exempel på detta är en företagare där verksamheten vuxit och behovet av sommarpersonal har blivit ett faktum men personen saknar kompetensen som behövs vid ett personalansvar. Vid detta tillfälle har projektet erbjudit möjligheten att gå utbildningen "Ny som chef" och "Arbetsrätt", detta är en kunskap som även kan användas i andra anställningar. Ett annat exempel är en anställd som tycker att det är svårt att hinna med sitt arbete har och känner sig alltid stressad och har svårt att sova, projektet har då erbjudit utbildning i "Stresshantering" och individen har fått kunskap i hur man kan hantera sådana situationer. En annan individ har svårt att organisera sitt arbete och fastnar ofta på "fel" saker, individen gick en utbildning i personlig effektivitet och gav som feedback att utbildningen öppnade helt nya dörrar och utvecklat individen till en helt ny nivå. Projektet fick även ett mail från dennes chef som var otroligt imponerad på förändringen hos individen. De tre ovanstående exemplen är tagna från utvärderingar som gjorts i samband med utbildningsinsatserna. Projektpersonalen har även närvarat vid alla aktiviteter vilket varit ett effektivt och bra sätt att snabbt se utmaningar, förväntningar och önskemål som projektpersonalen omedelbart har agerat på. Projektet har även gjort besök hos verksamheterna där möjligheten att diskutera och ta till sig feedback har varit otroligt givande för projektet.

I den digitala Vårdskapsutbildningen fanns en snabbutvärdering som kom upp direkt när deltagaren hade genomfört utbildningen. Detta gav en snabb indikation hur deltagarna uppfattade utbildningen och om de var positivt inställda. Utvärderingarna har varit mycket positiva och indikerat att utbildningen har stärkt personerna i sin yrkesroll. WSP gjorde även en större enkätundersökning på påvisar att utbildningen är mycket uppskattad och lärorik.

I verksamhetsgenomlysningarna har det gjorts uppföljningar cirka ett halvår efter att rådgivaren har varit på plats och gått igenom utvärderingen. Uppföljningarna har i den mån det varit möjliga gjorts via telefon eller besök. Det har varit mycket positiv feedback men väldigt varierade hur man har använt sig av metoden då vissa verksamheter har gjort stora förändringar medans andra inte genomfört några förändringar alls. I de verksamheter inga förändringar har gjorts har detta främst berott på resurs- och tidsbrist.

Användande av resultat

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 har tillsammans med styrgruppen implementerat projektmodellen i den ordinarie verksamheten genom en tydlig och förankrad arbetsfördelning mellan kommunerna och regionen. Regionen har det sammanhållande ansvaret att kontinuerligt höst och vår erbjuda regionala kompetenshöjande insatser som bygger på en behovsanalys och omvärldsanalys som genomförs höst och vår av kompetensutvecklingsansvarige på Region Halland. En kurskatalog tas fram i samband med analysen som kommuniceras ut av kommunerna till näringen. Koordineringen av insatserna kommer att skötas av kompetensutvecklingsansvarige på Region Halland och genomförandet av upphandlad utbildnings aktör. Finansiering av insatserna diskuteras och beslutas utifrån det uppkomna behovet. Implementeringsmodell bifogas. Region Halland har även beviljats ett nytt ESF-projekt som bygger på detta projekt med inriktning Hållbarhet i besöksnäringen.

Kommentarer och tips

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

Kompetens Destination Halland la mycket tid på förankringen hos näringen genom fysiska besök. Vid besöken presenterades projektets alla delar, syfte och mål. Redan vid första mötet så kunde man möta frågor, funderingar, önskemål och feedback. Vid denna kontakt skapades relationer som underhölls genom hela projekttiden genom mail, telefonsamtal samt fysiska möten. Stor vikt lades på att kommunicera tydligt och förståeligt och göra deltagandet så enkelt som möjligt.

Inom ramen av projektet testades idéer och önskemål som noggrant följdes upp och alla insatser utvärderades för att se vad som var bra och vad som kunde förbättras under projektets gång.

Projektet var noga med att lyssna på feedback och se från målgruppens perspektiv.

Planering och framförhållning var mycket viktigt, att tänka igenom olika scenarion och vara förbered på dessa. För projektets del handlade det bland annat om att i god tid få in anmälningar och fylla utbildningar och om utbildningen inte blev fullsatt avbokades och ställdes den in i god tid för att inte få onödiga kostnader. En ytterligare erfarenhet från projektet är vikten av att skapa ett bra klimat under utbildningarna, ett klimat som gynnar samtal mellan företagen. Nätverkanter har bidragit till att det skapats ringar på vattnet för projektets andra aktiviteter då företag har rekommenderat kurserna till andra företag samt att även nya samarbeten och kontakter skapades.

En viktig lärdom i projektet är att kontinuerligt arbeta med förändringsteorin, att komma ihåg vilken förflyttning projektet ska åstadkomma då det är lätt att fastna i de kortsiktiga insatserna.

En utmaning i projektet var PO2 där näringen var mycket positiva insatsen men där insatsen inte var tydligt förankrad hos Arbetsförmedlingen, vilket i sin tur försvårade samarbetet. AF hade svårt att hitta individer som matchade behovet av olika anledningar som dels kunde bero på dåliga kommunikationer till företaget och körkort krävdes och dels på att det var även väldigt svårt att kombinera insatsen med SFI. Långa ledtider hos arbetsförmedlingen gjorde också processen komplicerad samt den låga arbetslösheten var en bidragande orsak.

Kontaktperson för ytterligare information:

Namn: Jeanette Bengtsson
Telefon: 0733 41 20 33
E-post: Jeanette.Bengtsson@regionhalland.se

Underskrift projektansvarig / projektledare:

Datum: _____
Namnteckning

Namnförtydligande

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

Bedömning av slutrapport

Motivering till bedömning



16(16)
Diarienummer
2016/00545

Bedömningsdatum

0000-00-00 00:00:00

Samordnare som bedömt slutrapport