



RAPPORT 2024

ARBETSMARKNADSKUNSKAP & JOBBA GRÖNT

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	3
IMPLEMENTERING INOM KONCEPTET	4
KUNSKAPSHÖJANDE INOM BRANSCHEN	5
PILOTREGIONER	6
PILOTREGION VÄSTERBOTTEN	7
RESULTAT PILOTREGION VÄSTERBOTTEN	8
PILOTREGION VÄSTMANLAND	9
RESULTAT PILOTREGION VÄSTMANLAND	10-12
PILOTREGION SKÅNE OCH RESULTAT	13
SAMMANSTÄLLNING AV UTVÄRDERING PILOTREGIONER	14
VERKTYG	15
NATIONELL KAMPANJ	16
UTVÄRDERING NATIONELL KAMPANJ	17
SLUTSATSER	18
NATIONELLA RESULTAT ARBETSMARKNADSKUNSKAP	19
OM ARBETSMARKNADSKUNSKAP	20

FÖRORD

I den här rapporten kan du ta del av insatser och resultat från det gångna avtalsåret i det nationella samarbetet mellan Jobba Grönt och Arbetsmarknadskunskap. Genom en kontinuerlig dialog och riktade insatser har vi under avtalsåret arbetat för att främja en långsiktig kompetensförsörjning och att öka attraktionskraften till de gröna näringslivet.

SAMARBETET

Jobba grönt är ett projekt som drivs av LRF, Lantbrukarnas Riksförbund och Gröna arbetsgivare, vars syfte är att få fler unga och karriärbytare att studera, jobba eller starta företag i det gröna näringslivet. Det gröna näringslivet är nyckeln till minskad global uppvärmning. Vägen till att nå regeringens klimat- och miljömål. Grunden för det hållbara samhället som förutsätter förnyelsebara råvaror, hänsyn till naturen och hänsyn till kommande generationer.

Jobb finns men intresset hos unga, framtidens arbetstagare, är låg. Kompetensbehovet inom gröna näringen förväntas dessutom öka i takt med stora pensionsavgångar.

SYFTE OCH MÅL

Det huvudsakliga syftet är att öka flödet av kompetens till den gröna näringen genom att rikta insatser till ungdomar i det reguljära utbildningssystemet, med följande mål:

- Öka intresset för gröna näringen hos målgruppen.
- Öka synligheten av och kunskapen om branschen.
- Öka kunskapen om utbildningsvägar som leder till jobb inom gröna näringen.
- Stimulera kompetensflödet inom gröna näringen på nationell nivå.
- Minska andelen socioekonomiska och könsstereotypa utbildnings- och yrkesval.
- Öka kunskapen inom branschen om kompetensförsörjning generellt och om framtidens arbetstagare specifikt.
- Öka engagemanget inom branschen till ett fortsatt långsiktigt arbete med strategisk kompetensförsörjning.

IMPLEMENTERING INOM KONCEPTET

Under det senaste avtalsåret har vi arbetat aktivt för att integrera den gröna näringen i Arbetsmarknadskunskap på nationell nivå. Genom nära samarbete med branschen har vi inhämtat ny kunskap, uppdaterat vårt utbildningsmaterial och genom detta säkerställt att den gröna näringen är en naturlig del i konceptet.

“Superbra dragning av Ross!”

- Kommunikatör i Arbetsmarknadskunskap

IMPLEMENTERINGEN

För att våra metoder ska vara effektiva och inspirerande är det avgörande att våra kommunikatörer har en välgrundad och uppdaterad bild av branschen. Genom rätt kunskap kan vi förmedla relevanta insikter och väcka intresse hos skolungdomar i hela Sverige. Därför implementeras den gröna näringen i konceptet Arbetsmarknadskunskap på nationell nivå under benämningen jord- och skogsbruk. Detta genom

- ett strukturerat Q&A-format som kunden har bidragit med innehållande insikter och fakta, vilket säkerställt att materialet speglar verkligheten i branschen.
- att uppdatera konceptets utbildningsmaterial där branschen inkluderats. Detta omfattar hela Arbetsmarknadskunskaps utbildningskedja från nyanställda inom konceptet som genomgår grundutbildning, till support och via våra interna konferenser så kallade, ERFA-konferenser (sprunget ur erfarenhet).
- att fortbilda Arbetsmarknadskunskap kommunikatörer för att stärka kunskapen och öka branschens synlighet.

“Fick med mig många idéer och tankar hur man utveckla sina lektioner. Gillar föreläsningen om gröna näringar med Anna.”

- Kommunikatör i Arbetsmarknadskunskap

KUNSKAPSHÖJANDE INOM KONCEPTET

Ett särskilt fokus har lagts på att stärka kunskapen hos Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer då deras förståelse för branschens möjligheter och utmaningar är avgörande för att skapa relevanta och engagerande möten med målgruppen ungdomar.

En av fortbildningsinsatserna genomfördes när Anna Ross, projektledare för Jobba Grönt höll i ett pass på en av de årliga ERFA-konferenser för våra kommunikatörer. Detta gav kommunikatörerna möjligheten att ställa frågor om branschen direkt till branschrepresentanter som medförde ökad insikt i den gröna näringens arbetsmarknad, yrkesroller och utvecklingstrender. Detta var kommunikatörernas mest uppskattade pass under hela konferensen.



Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer skattade innehållet i Anna Ross pass om gröna näringslivet i skala från 1-5 utifrån relevans och värde inom ramen för sitt arbete i Arbetsmarknadskunskap.

KUNSKAPSHÖJANDE INOM BRANSCHEN

Inom ramen för det nationella samarbetet har särskild vikt lagts vid att stärka branschens kunskap om kompetensförsörjning och om den unga generation som i framtiden kommer att utgöra arbetskraften. Under avtalsåret har vi erbjudit arbetsgivare, branschaktörer och beslutsfattare konkreta insikter om dagens unga – deras drivkrafter, värderingar och förväntningar på arbetslivet.

Under perioden har kunskapshöjande föreläsningar erbjudits. Syftet med dessa tillfällen har varit att öka förståelsen för vad som krävs för att vara en relevant och attraktiv arbetsgivare på en förändrad arbetsmarknad. Det handlar inte bara om att rekrytera, utan om att strategiskt bygga engagemang och intresse för branschen redan innan arbetslivet påbörjas.

En kunskapshöjande insats genomfördes 24 oktober i form av ett webinar med temat "Attraktiv arbetsgivare - Generation Z" för representanter i Landsbygdsnätverket. David Lekholm Häggberg, Kommunikatör Arbetsmarknadskunskap Sverige, tog utgångspunkt i hur arbetsgivare inom det gröna näringslivet kan arbeta strategiskt med sin attraktionskraft gentemot unga. David belyste vikten av att tidigt bygga relationer med unga och av att kontinuerligt lyfta varför de yrken som finns i branschen är meningsfulla, inte minst i ljuset av den gröna omställningens samhällsbärande roll.

"Efter seminariet hörde flera deltagare av sig i olika ärenden – intresset och engagemanget visar tydligt att frågan om att attrahera unga till branschen är både aktuell och angelägen."

- David Lekholm Häggberg, Arbetsmarknadskunskap

Generation Z är en komplex och medveten målgrupp, där arbetets mening, flexibilitet och påverkan på världen väger tungt i framtida yrkesval. Webbinariet genererade ett stort engagemang och togs emot mycket positivt av deltagarna. Flera av de medverkande arbetsgivarna har efteråt tagit kontakt med Arbetsmarknadskunskap. Behovet av och värdet i fortsatt dialog, kunskapsspridning och insatser som stärker branschens långsiktiga kompetensförsörjning är fortsatt bekräftat.

Utöver detta har även Arbetsmarknadskunskap bjudits in att delta vid ett möte med Lantbrukarnas Riksförbunds (LRF) nationella BUK-grupp (Barn och Ungdomskompetens), där representanter från LRF, Nord, Väst och Öst medverkade. De ansvarar bland annat för projektet *Bonden i skolan* och barn- och ungdomsfrågor inom det gröna näringslivet - runt om i landet. Syftet med Arbetsmarknadskunskaps medverkan var att inspirera, skapa dialog och tydliggöra det nationella samarbetet med Jobba Grönt.

PILOTREGIONER

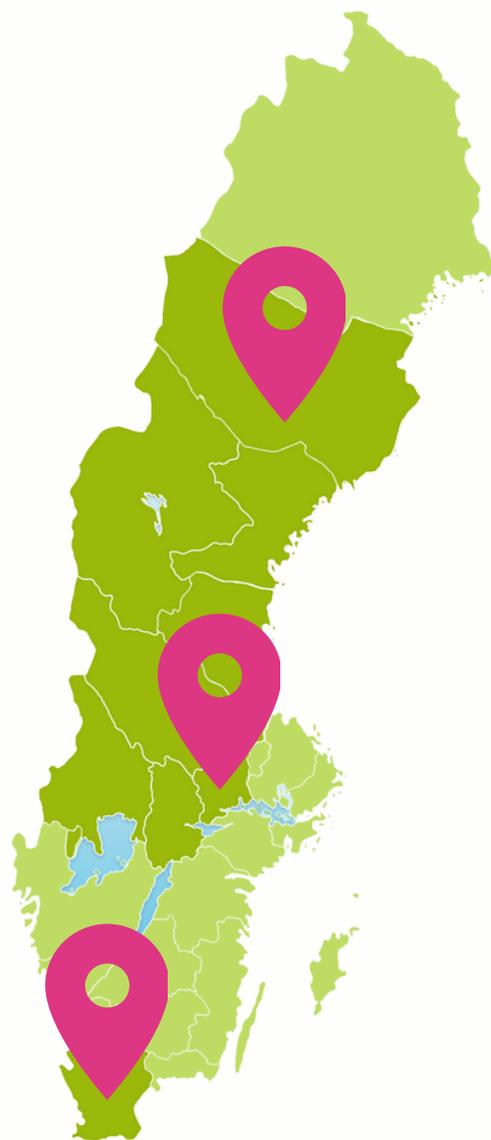
Arbetsmarknadskunskap möter ungdomar i klassrummen, på deras arena. Tillsammans med ungdomarna för Arbetsmarknadskunskap en konstruktiv dialog med framtid i fokus ur ett tydligt arbetsgivar- och utbildningsperspektiv.

INLEDNING

För att stärka kompetensförsörjningen inom jord- och skogsbruk och för att öka branschens attraktivitet hos unga har Arbetsmarknadskunskap Västerbotten, Arbetsmarknadskunskap Västmanland, och Arbetsmarknadskunskap Skåne i form av pilotregioner genomfört tre olika riktade och undersökande insatser under avtalsåret.

Syftet med pilotinsatserna har varit att testa alternativa metoder för att inspirera fler ungdomar att välja utbildningsvägar som leder till yrken inom den gröna näringen. Från pilotinsatserna kan vi utvärdera vilka strategier som fungerat bäst för att öka målgruppens engagemang och kunskap om branschen. Regionerna har valt olika angreppssätt, men alla har haft samma övergripande mål: att öka attraktionskraften för jord- och skogsbruk genom kunskapshöjande aktiviteter och praktiska upplevelser.

Efter genomförandet har kommunikatörerna i respektive region fått utvärdera insatserna genom en kvalitativ enkät. Frågorna har fokuserat på genomförande, eventuella utmaningar, ungdomars engagemang och vilka lärdomar som kan dras inför framtida satsningar. Dessa har sammanställts och lyfter fram framgångsfaktorer och förbättringsområden för att möjliggöra en vidareutveckling i arbetet att attrahera framtidens arbetskraft till branschen.



PILOTREGION VÄSTERBOTTEN

Arbetsmarknadskunskap möter ungdomar på deras arena i klassrummen och för en konstruktiv dialog med ungdomarnas framtid i fokus och med ett tydligt arbetsgivar- och utbildningsperspektiv. Arbetsmarknadskunskap Västerbotten har ett kontor i Umeå och ett i Skellefteå och möter ca 7 000 skolungdomar i Västerbotten varje år.



INSATS OCH GENOMFÖRANDE

I Västerbotten genomfördes MatValet, en interaktiv utställning med flera delar på science centret Exploratoriet i Skellefteå. MatValet var sedan innan ett pågående projekt. Syfte har varit att öka medvetenhet om klimatsmarta val hos Västerbottens högstadiel elever primärt, men även andra deltagare, och att tydliggöra att varje enskild individs val påverkar möjligheterna till att leva och bo i Västerbotten nu och i framtiden.

Utställningen bestod av flera stationer med fokus på matsvinn, försörjningstrygghet, miljö och klimat. Genom samarbetet med Jobba Grönt kompletterades MatValet med ytterligare ett inslag med fokus på kompetensförsörjning – där Arbetsmarknadskunskap Västerbotten har haft en central roll.

Inom området kompetensförsörjning genomförde Arbetsmarknadskunskap en fördjupad föreläsning med fokus på skogsbruk tillsammans med det lokala näringslivet (Bl. a Träbransch Norr).

Genom att integrera Arbetsmarknadskunskap i MatValet stärks kopplingen mellan utbildning och arbetsmarknad, vilket ger eleverna en djupare förståelse för yrkesroller inom jordbruk, skogsbruk och livsmedelsproduktion.



Richard Bray från Arbetsmarknadskunskap Västerbotten på Exploratoriet i Skellefteå.

RESULTAT

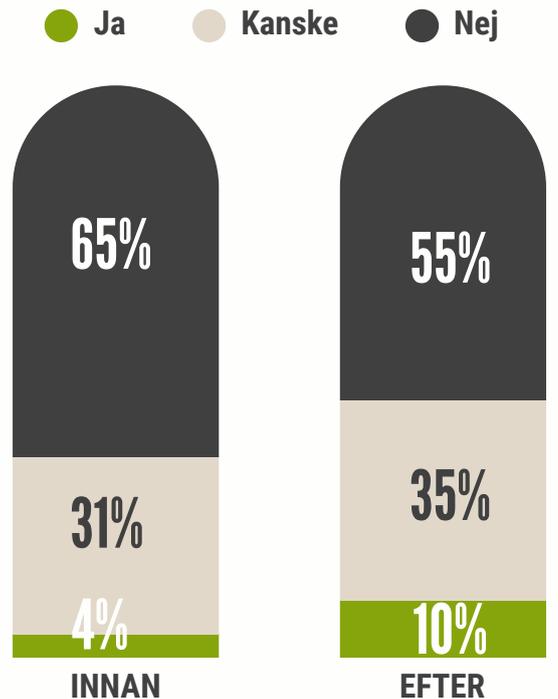
PILOTREGION VÄSTERBOTTEN

Genom Arbetsmarknadskunskap Västerbottens medverkan i MatValet har totalt 172 elever/deltagare deltagit i stationen om kompetensförsörjning. Den huvudsakliga målgruppen, årskurs 7, nåddes i stor utsträckning med 107 elever fördelade på fem klasser. Därtill deltog även elever från årskurs 6 (17 elever), gymnasiet lärlingsprogram (28 elever) samt SFI och vuxenlärlingsutbildning (20 elever) – vilket visar på bredden och flexibiliteten i konceptets tillämpning. I samband med aktiviteterna har deltagarna svarat på frågan, "Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?", innan, respektive efter Arbetsmarknadskunskap Västerbottens aktivitet.

Efter att ha analyserat svaren kan vi konstatera att ambitionen med den valda insatsen, med målet att stärka kopplingen till den gröna näringens arbetsmarknad, gett positivt resultat. Antalet deltagare som ställer sig mer positiva till att arbeta inom branschen har efter deltagande i MatValet ökat med 10% vilket är en stark indikator på att Arbetsmarknadskunskaps tilläggsmodul gett önskvärt resultat. Detta skapar goda förutsättningar för fortsatt utveckling av konceptet med ännu större räckvidd.

Flertalet av eleverna som fortsatt inte kan tänka sig jobba inom branschen efter insatsen har ändå påvisat en attitydförändring i önskad riktning. Som ett exempel på detta svarar en kille i årskurs 7 på frågan om denne kan tänka sig att jobba inom branschen innan föreläsningen "Nej, jag tycker ba att det e inte kul" för att efter föreläsningen svara "Nej, men det var lite viktigare än jag trodde".

Hans svar antyder att insatsen fungerar kunskapshöjande genom att slå hål på förutfattade fördomar om branschen vilket kan ses som en positiv bieffekt.



Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?:

Total resultat innan, respektive efter, Arbetsmarknadskunskap Västerbottens aktivitet.

Innan: "Jag är inte helt säker"

Efter: "Ja jag var inte helt säker förut men nu vet jag så JA!"

Tjej åk 7 som svarat *Kanske* innan och *Ja* efter aktiviteten.

Innan: "Jag skulle hellre vilja jobba med nåt annat men jag vet inte varför jag inte vill. Jag känner bara inte för det."

Efter: "Lite kanske verkar finnas många jobb."

Kille åk 7 som svarat *Nej* innan och *Kanske* efter aktiviteten.

PILOTREGION VÄSTMANLAND

Arbetsmarknadskunskap möter ungdomar på deras arena i klassrummen och för en konstruktiv dialog med ungdomarnas framtid i fokus och med ett tydligt arbetsgivar- och utbildningsperspektiv. Arbetsmarknadskunskap Västmanland har sitt kontor i Västerås och möter ca 10 000 skolungdomar i Västmanland varje år.



INSATS OCH GENOMFÖRANDE

Arbetsmarknadskunskap Västmanland har tagit fram ett projekt inom konceptet som kallas "Arbetsmarknadskunskap på PRAO", där kommunikatörerna dokumenterar hur det är att ha praktik hos olika arbetsgivare i länet. Därefter har Arbetsmarknadskunskap Västmanland valt att baka in pilotinsatsen i Arbetsmarknadskunskap på PRAO, där två nya filmer skapats och visats i samband med ordinarie lektioner för årskurs 8. Eleverna har fått se Maya Lindblad, kommunikatör inom Arbetsmarknadskunskap, göra en praktikdag hos en skogsmaskinsförare eller en djurskötare.

Inspelningarna och framtagandet av filmmaterialet ägde rum sommaren och hösten 2024 och de färdiga filmerna visades sedan för årskurs 8 under Q1 2025. Syftet med filmerna har varit att öka målgruppens kunskap kring hur det är att arbeta inom skogs- och lantbruk samt att öka attraktionen till branschen på generell basis. Filmerna har under insatsen använts för att diskutera attityder, erfarenheter och möjligheter inom branschen. Eftersom eleverna i årskurs 8 har egen egen prao under skolarbetet har innehållet ur detta hänseende setts som aktuellt och relevant för målgruppen.

I genomförandefasen (då filmerna implementerats i lektionerna) upplevde kommunikatörerna att det inte fick samma flyt i lektionerna som de vanligtvis har. Därför valde de att under den sista veckan avvika från insatsens grundläggande idé om att visa film för att istället bredda kunskapen om branschen genom engagerande frågeställningar och dialog. Efteråt fick eleverna svara på samma frågor som tidigare, vilket resulterat i att vi kan jämföra insatsernas effekter på målgruppen.



Karin Sjul och Maya Lindblad från Arbetsmarknadskunskap Västmanland på Ösby Naturbruksgymnasium för filminspelning av "AMK på PRAO".

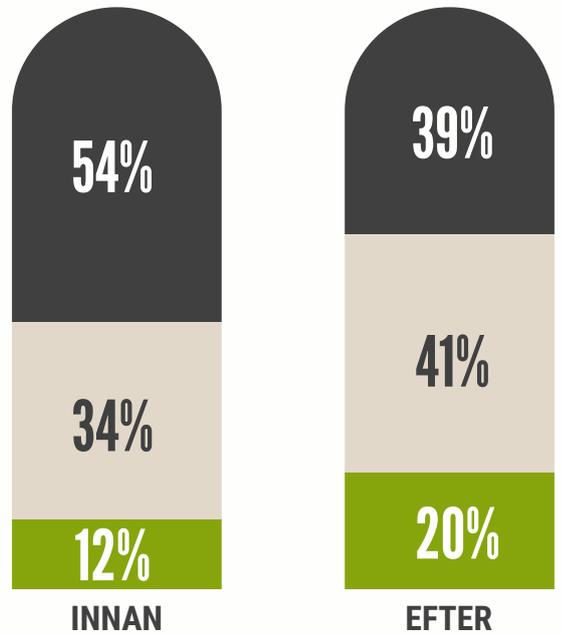
RESULTAT

PILOTREGION VÄSTMANLAND

Totalt har 666 elever i årskurs 8 tagit del av Arbetsmarknadskunskap Västmanlands pilotinsats. I samband med att eleverna tagit del av insatsen har de svarat på frågan, "Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?", innan, respektive efter lektionen. De övergripande resultaten visar positiva förflyttningar gällande elevernas attityd för att arbeta inom den gröna näringen.

När det kommer till skillnader mellan kön är det endast 9% av tjejerna som svarar "Ja" till att arbeta med lant- och skogsbruksyrken före insatsen och efteråt 20%. Antalet tjejer som är negativt inställda till branschen minskar efter genomförd insats - svaren påvisar en markant attitydförändring. Killarna som deltagit är generellt mer positivt inställda till lant- och skogsbruksjobb före insatsen än tjejerna. Även hos killarna ser vi en tydlig och positiv förflyttning med en ökning på 10% av de svarande som efteråt uppger att de kan tänka sig arbeta inom den gröna näringen än före de tagit del av Arbetsmarknadskunskaps riktade insats.

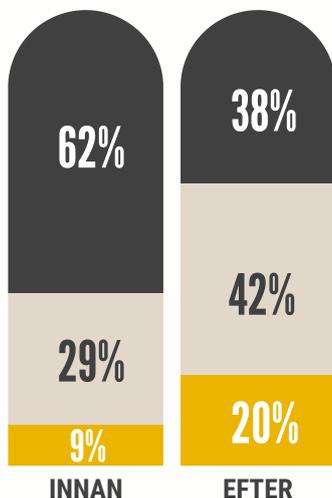
● Ja ● Kanske ● Nej



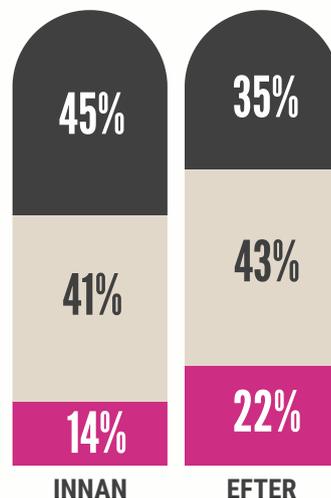
Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?:

Total resultat för lektioner med och utan film. Innan, respektive efter, Arbetsmarknadskunskap Västmanlands aktivitet.

● Ja ● Kanske
● Nej



● Ja ● Kanske
● Nej



Total resultat för lektioner med och utan film, fördelat på kön. Innan, respektive efter, Arbetsmarknadskunskap Västmanlands aktivitet

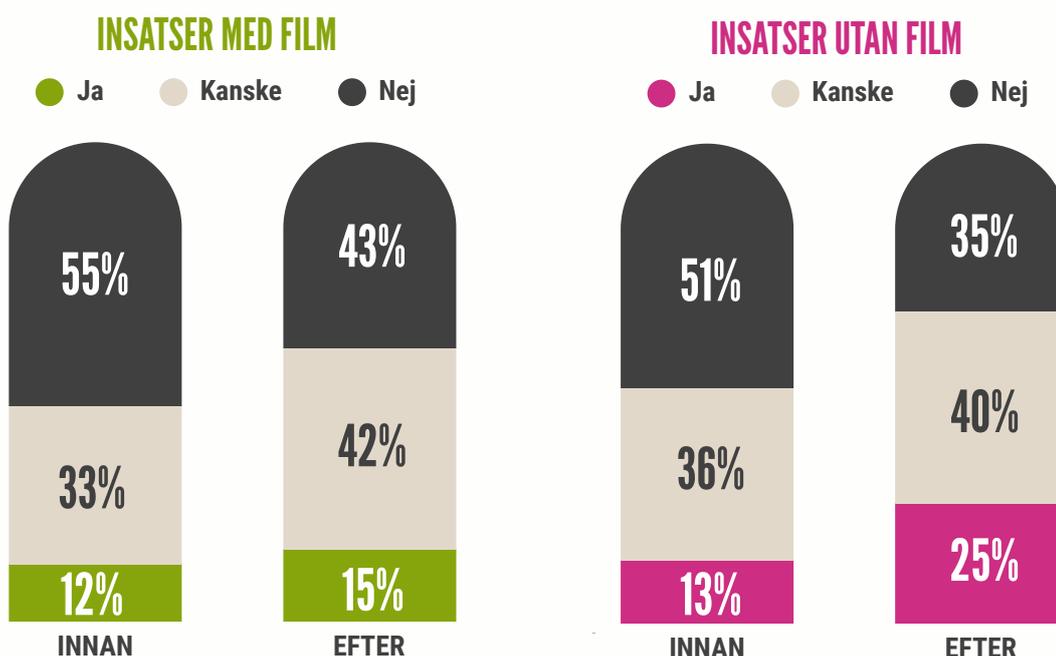
FORTS. RESULTAT PILOTREGION VÄSTMANLAND

Västmanlands kommunikatörer valde att i slutet av Q1 prova ett alternativt tillvägagångssätt utan filmer och med riktade frågor och diskussioner vilket ger oss en jämförande möjlighet på dessa två alternativa metoder. Båda metoderna har visat goda resultat. Den största positiva effekten visades för lektioner utan film, där fokus låg på interaktiva samtal och diskussioner kring branschens bredd, fördomar och yrkesroller.

Denna metod visade sig effektiv i att skapa engagemang och attitydförändring hos eleverna. Utvärderingarna visade bland annat att andelen elever som kunde tänka sig en framtid inom det gröna näringslivet ökade markant. Den största positiva förändringen skedde bland tjejer, vilket tyder på att diskussion och fördomsbrytande lektioner varit särskilt effektiva för att nå en målgrupp som tidigare inte sett sig själva inom yrkena. Killar visar också positiva förflyttningar, men i något lägre grad.

Resultaten visar på vikten av att fortsätta att använda Arbetsmarknadskunskaps grundläggande metoder, för att engagera och utmana stereotyper. I efterhand har Arbetsmarknadskunskap Västmanland funderat om valet av yrken, skogsmaskinförare och djurskötare, snarare befäste stereotyper än att bredda bilden. Här finns det utrymme för vidare utvärdering och utveckling för framtida filmer.

Sammanfattningsvis bekräftar resultatet att målgruppsanpassat kommunikation och reflektion kring normer kan leda till betydande attitydförändringar. Insatsen har varit mycket framgångsrik i att påverka attityder – särskilt när stereotyper utmanades genom dialog. Attitydförändringen visar tydligt på att fördomar kan vändas när unga får möjlighet att reflektera. Arbetsmarknadskunskaps metodik har visat sig effektiv i att påverka könsstereotypa utbildnings- och yrkesval, ett av huvudmålen i samarbetet med Jobba Grönt.



Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?:

Total resultat för lektioner med och utan film. Innan, respektive efter, Arbetsmarknadskunskap Västmanlands aktivitet. Båda metoderna mottogs likvärdigt av könen.

CITAT PILOTREGION VÄSTMANLAND

I samband med att eleverna tagit del av insaten har de svarat Ja/Kanske/Nej på frågan, "Jag kan tänka mig att jobba inom lantbruk och/eller skogsbruk (djuren, jorden, skogen, maten)?", innan, respektive efter lektionen. Efter insatsen har de även motiverat om bilden av lantbruk och/eller skogsbruk förändrats.



Innan: "Jag svarade nej och det är för att det låter tråkigt, det är inget för mig heller. inte mitt intresse"

Efter: "Den har förändrats mycket jag visste inte alls om att de här grejerna fanns inom lantbruk och skogsbruk"

Tjej åk 8 som svarat *Kanske* innan och *Ja* efter aktiviteten

Innan: "Har inget intresse för de, känns som typ att man ska vara ute i naturen eller ska jobba med djur eller traktorer och sånt"

Efter: "När jag fick reda på medelåldern på de som jobbar inom de här fick jag typ skuld-känsla för gamla människor ska inte behöva jobba hård och slita bara för att hålla upp samhället"

Tjej åk 8 som svarat *Nej* innan och *Kanske* efter aktiviteten

Innan: "Känner inte att det är nödvändigt, och ångest."

Efter: "Ja den har förändrats för jag var först lite osäker vad det betydde men nu vet jag till grunden om lantbruk och skogsbruk. Så skulle kunna tänka på det."

Kille åk 8 som svarat *Nej* innan och *Ja* efter aktiviteten

Innan: "Nej för att jag gillar inte att vara ute i naturen och jobba vill hellre jobba med att skapa saker"

Efter: "Det har förändrats mer att det är mindre tråkigt och att det finns så mycket mer att göra inom det tillfället"

Kille åk 8 som svarat *Nej* innan och *Kanske* efter aktiviteten

Innan: "Jag svarade kanske för att jag vet inte riktigt vad det handlar om och om det är roligt eller tråkigt."

Efter: "Jag känner att jag har lärt mig att det är lättare att få jobb där."

Tjej åk 8 som svarat *Kanske* innan och *Ja* efter aktiviteten

Innan: "Jag tror att det är ett spännande yrke, man får massa av olika arbetsuppgifter."

Efter: "Ja, den har verkligen förändrats, jag inser att det är så mycket mer än vad jag trodde att det var innan."

Kille åk 8 som svarat *Kanske* innan och *Ja* efter aktiviteten

Innan: "För att jag känner att det är för tråkigt jobb"

Efter: "Ja, det kanske passar för mig"

Tjej åk 8 som svarat *Nej* innan och *Ja* efter aktiviteten.

Innan: "Känns inte riktigt som att man har nytta av att kunna mycket när man jobbar inom det"

Efter: "Ja, jag har lärt mig att det kanske finns mer tekniska delar av det."

Tjej åk 8 som svarat *Kanske* innan och *Ja* efter aktiviteten

PILOTREGION SKÅNE

Arbetsmarknadskunskap möter ungdomar på deras arena i klassrummen och för en konstruktiv dialog med ungdomarnas framtid i fokus och med ett tydligt arbetsgivar- och utbildningsperspektiv. Arbetsmarknadskunskap Skåne har sitt kontor i Malmö och möter ca 11 000 skolungdomar i Skåne varje år.



INSATS

För att ge elever i årskurs 8 en djupare förståelse för sambandet mellan jorden, djuren och maten har Arbetsmarknadskunskap Skåne genomfört en pilotinsats bestående av branschfördjupande föreläsningar i Arbetsmarknadskunskap Livsmedel. Föreläsningen genomfördes i samband med ett redan existerande samarbete med Vattenhallen i Lund (ett science centre). Eleverna fick komma på ett studiebesök för att delta i en interaktiv utställning med olika stationer i syfte att ge eleverna en praktisk inblick i ämnen som modernt jordbruk, näringslära, logistik programmering och den gröna näringsens arbetsmarknad.

RESULTAT

100 elever i årskurs 8 tog del av Arbetsmarknadskunskap Skånes livsmedelsföreläsning inom ramen för pilotinsatsen. Efteråt fick eleverna betygsätta föreläsningen utifrån en skala mellan 1-5. Medelvärdet på denna skattning är 3,6 av 5 vilket indikerar att eleverna har uppskattat föreläsningen.

3,6 av 5

Elever har skattat i skala från 1-5 på frågan: Vad tyckte du om föreläsningen om Arbetsmarknadskunskap Livsmedel?



Charles Hallworth & Linda Florén från Arbetsmarknadskunskap Skåne genomför branschfördjupad livsmedelföreläsning.

SAMMANSTÄLLNING AV UTVÄRDERING PILOTREGIONER



Efter att pilotinsatserna genomförts har samtliga pilotregioner svarat på utvärderande frågor. Frågorna fokuserar på genomförande, eventuella svårigheter och kommunikatörernas subjektiva uppfattningar och känslor. Syftet med utvärderingen har varit att belysa utmaningar och möjligheter för framtiden. Det här är en sammanställning av svaren.

INLEDNING

Tre pilotregioner inom Arbetsmarknadskunskap, Västmanland, Skåne och Västerbotten, har genomfört aktiviteter med syfte att öka intresse och engagemang hos unga för utbildningsvägar som leder till yrken inom jord- och skogsbruk. Nedanstående analys sammanfattar genomförande, utmaningar, ungdomarnas engagemang samt identifierade förbättringsområden och lärdomar.

GENOMFÖRANDE AV AKTIVITETERNA

Västerbotten, Västmanland och Skåne använde olika angreppssätt i sina insatser. Västmanland inledde med att använda film som metod men bytte senare till en mer interaktiv och diskussionsbaserad modell. Diskussioner kring fördomar visade sig vara ett effektivt verktyg för att engagera eleverna. I Skåne genomfördes aktiviteter i samarbete med en etablerad partner, Vattenhallen. Praktiska moment och en tydlig koppling till yrkesmöjligheter var faktorer som ökade intresset hos ungdomarna. Västerbotten genomförde sina insatser i Exploratoriets regi. I separat utvärdering har Arbetsmarknadskunskap Västerbotten uppgett att de fann att aktiviteterna även fungerade bra för elever i årskurs 6. Små gruppsamtal och tävlingsmoment skapade ett djupare engagemang och uppskattades av deltagarna. Vi har uppnått våra gemensamma mål med ett gott resultat.

UTMANINGAR

Under genomförandet av insatserna uppstod vissa utmaningar som påverkade resultaten. Både Skåne och Västerbotten rapporterade svårigheter med att engagera lokala företag, då många mindre aktörer saknade resurser att delta i aktiviteterna. I Skåne identifierades även språkliga barriärer, där vissa externa guider enbart talade engelska, vilket försvårade förståelsen för yngre elever.

UNGDOMARNAS ENGAGEMANG

Engagemangsnivån varierade beroende på metoder och upplägg. I Västmanland visade det sig att kommunikatörernas känsla i klassrummet inte överensstämde med det faktiska resultatet som visade på positiva förflyttningar både när lektionen innehöll inslag med och utan film. I Skåne var de praktiska momenten särskilt uppskattade och bidrog till ett högre engagemang bland deltagarna. I Västerbotten väckte tävlingsmoment stort intresse och bidrog till att öka delaktigheten. Samtidigt visade sig diskussioner kring fördomar och stereotyper vara en effektiv metod i Västmanland, där eleverna blev mer intresserade av branschen genom att aktivt delta i samtalen.

VERKTYG

Dittyrke.se och yrkesinfo.se är två centrala verktyg inom det nationella konceptet Arbetsmarknadskunskap som på ett innovativt sätt länkar samman yrkesverksamma och ungdomar. Dittyrke.se används på majoriteten Arbetsmarknadskunskaps lektioner nationellt och når upp till 70 000 skolungdomar årligen.

SÅ HÄR GÅR DET TILL



1. INSAMLING AV DATA

Yrkesverksamma beskriver sitt yrke genom att skatta innehållet i sitt jobb på yrkesinfo.se.



2. ALGORITMEN FIXAR

Utifrån svaren från yrkesverksamma får vi en uppskattning på respektive drivkraft och för respektive yrke.



3. MATCHNING

Unga använder dittyrke.se där de värderar samma drivkrafter och matchas mot de yrkesverksammas svar på innehållet i jobben.

DITTYRKE.SE – ANVÄNDARENS PORTAL

På dittyrke.se värderar ungdomar vad de önskar i ett framtida jobb utifrån 17 olika drivkrafter. Därefter matchas de mot yrkesverksammas svar på innehållet i jobben. Detta leder till en fortbildning och kunskapshöjning där unga får reda på vilka yrken som matchar deras önskemål snarare än deras intresse som ofta styr deras studieval. De får även få upp ögonen för nya yrken och branscher.

Dittyrke.se fungerar även som en förlängning av Arbetsmarknadskunskap när vi lämnat klassrummen. Då som ett pedagogiskt komplement som kan användas både före, under och efter Arbetsmarknadskunskaps lektioner. Det ger studie- och yrkesvägledare, lärare och vårdnadshavare ett lättillgängligt verktyg för att föra dialog med ungdomar om arbetsliv, yrken, branscher, studieval och framtid. Dittyrke.se kan även användas av fler målgrupper än skolungdomar – exempelvis karriärbytare, vuxenutbildningens deltagare och andra individer som står inför nya yrkesval.

YRKESINFO.SE – FRÅN VERKLIGHETEN

Yrkesinfo.se kan ses som systemsidan till dittyrke.se där yrkesverksamma skattar innehållet i sina jobb – helt anonymt. Detta skapar en uppdaterad och autentisk databas. Det tar bara 5 minuter men bidrar till en långsiktig samhällsinsats - att ungdomar får en mer realistisk och nyanserad bild av olika yrken.

DITTYRKE.SE/JOB BAGRONT

Inom ramen för det nationella samarbetet mellan Arbetsmarknadskunskap och Jobba Grönt har en särskild undersida utvecklats, dittyrke.se/jobbagront. Denna sida är specifikt framtagen för att ungdomar enbart ska matchas mot yrken inom det gröna näringslivet. På så vis synliggörs vägarna till arbete inom gröna näringen på ett sätt som känns både relevant och meningsfullt för den unga målgruppen.

dittyrke.se/jobbagront är ett fritt tillgängligt verktyg som både Arbetsmarknadskunskap och kunden kan använda i sammanhang såsom branschmässor, föreläsningar eller som en del av vägledningsinsatser i skolmiljö. Genom att visualisera samspelet mellan individens drivkrafter och yrkets innehåll stärker verktyget ungdomars förmåga att göra medvetna val inför framtiden.



Den virtuella staden över olika branscher som skolungdomar kan utforska på dittyrke.se

NATIONELL KAMPANJ

Arbetsmarknadskunskap och Jobba Grönt har genomfört en nationell kampanj med fokus på ett urval bristyrken inom de gröna näringarna. Urvalet av bristyrken har skett i samråd med Jobba Grönt för att representera branschens fyra huvudområden: jorden, skogen, djuren och maten - där kompetensbristen är särskilt stor och behovet växer.



Kampanjen syftade till att uppmana yrkesverksamma att stärka datainsamlingen och informationsunderlaget genom att skatta innehållet i sitt arbete på yrkesinfo.se. Genom att samla in data från yrkesverksamma kan vi sprida denna information till ungdomar via dittycke.se och dittycke.se/jobbagront. Insamlingen bidrar till att matchningen mellan ungas drivkrafter/ önskemål i sitt framtida arbete och innehållet i jobben är uppdaterat och relevant samt att Arbetsmarknadskunskap kan öka synligheten och kunskapen om utvalda bristyrken inom jordbruk och skogsbruk - jorden, skogen, djuren, maten.

Strategin och planeringen för framtagandet av materialet inom den nationella kampanjen utarbetades i nära samverkan mellan Arbetsmarknadskunskap och Jobba Grönt. Arbetet grundades i en gemensam ambition att inte bara sprida information om bristen på arbetskraft inom det gröna näringslivet, utan att också skapa en emotionell koppling mellan mottagaren och budskapet. Därför skapades filmer vars innehåll baserades på intervjuer och dokumentation från yrkesverksamma på Ösby Naturbruksgymnasium i Västmanland. Filmerna skapades med ambition att förmedla känslan av yrkesstolthet, värme till yrket och branschen.

Målet var att mottagaren skulle känna sig personligt träffad och inspirera fler att hitta till yrket och branschen genom att ge 5 minuter av sin tid till att stärka framtiden för någon annan.

Kampanjmaterialet publicerades via Arbetsmarknadskunskaps och Jobba Grönts sociala medier (LinkedIn, Instagram och Facebook) och kampanjen riktades både till yrkesverksamma inom branschen och till en bredare målgrupp för att synliggöra det nationella samarbetet.

yrkesinfo.se
5 MINUTER FÖR DIG, EN FRAMTID FÖR EN ANNAN.



UTVÄRDERING NATIONELL KAMPANJ

Trots en strategisk närvaro på sociala mediekkanaler har insatsen inte genererat det engagemang hos målgruppen som planerat. Kampanjen har visserligen resulterat i viss räckvidd och exponering, men har inte lett till den önskade ökningen av insamling av data via yrkesinfo.se.

Som komplement krävs en mer direkt och interaktiv metod där målgruppen får möjlighet till dialog och reflektion i samband med fysiska möten där deltagare från branschen uppmanas att använda yrkesinfo.se i realtid. Detta kan ske vid kunskapshöjande insatser för branschen, branschmässor, seminarier, mindre och större sammanträffande samt andra samverkansytor.

SLUTSATSER

- Kampanjen bidrog till att sprida kunskap om de gröna näringarnas kompetensbehov även om målet var satt högre.
- Kampanjen bidrog till ökat synligheten för bristyrken och stärkt samarbetet mellan Arbetsmarknadskunskap och Jobba Grönt, vilket i sin tur har skapat ökade möjligheter för framtida initiativ på både nationell och lokal nivå.
- Kampanjen bidrog till stärkt positioneringsarbete då samarbetet lyfts fram i relevanta kanaler.
- Kampanjen bidrog till fördjupad kunskapsinhämtning inom konceptet i samband med framtagandet av råmaterial för kampanjen på Ösby Naturbruksgymnasium, Sala kommun.
- Digital kommunikation/marknadsföring kan fungera som ett stödande komplement.
- Ökat resultat sker i mötet mellan människor.



SLUTSATSER

Det nationella samarbetet mellan Arbetsmarknadskunskap och Jobba Grönt har under avtalsåret 2024 tagit tydliga kliv mot det gemensamma målet att öka flödet av kompetens till det gröna näringslivet genom att rikta träffsäkra och relevanta insatser till ungdomar i det reguljära utbildningssystemet.

FÖRDJUPADE AKTIVITETER OCH METODER

Genom pilotaktiviteter i tre regioner i Västmanland, Skåne och Västerbotten – har vi testat och utvärderat olika metoder för att öka intresset, synligheten och kunskapen om den gröna näringen. I Västmanland har filmer och diskussionsbaserade aktiviteter utmanat fördomar och skapat större förståelse hos eleverna kring branschens bredd. I Skåne och Västerbotten har föreläsningar och interaktiva format skapat engagemang och ökat ungdomars nyfikenhet för branschens möjligheter.

VI HAR LYCKATS SKAPA FÖRFLYTTNINGAR I ATTITYDER

Sammantaget visar insatserna att kombinationen av lokalt anpassat arbete, nationell strategi och metodutveckling ger effekt. Vi har inte bara nått ut till målgruppen – vi har lyckats skapa förflyttningar i attityder, förstärkt kunskap, ökat attraktionskraften och lagt grunden för långsiktig påverkan. Det finns ett fortsatt behov av att lyfta branschens möjligheter och att arbeta vidare med att synliggöra dess bredd.

FÅ UNGDOMAR ATT FÖRSTÅ ATT DERAS EGNA DRIVKRAFTER MATCHAS MED FAKTISKA YRKESROLLER I BRANSCHEN

Synligheten för branschen har också stärkts på nationell nivå genom en gemensam kampanj som presenterat bristyrkena djurskötare, skogsmaskinförare, agronom och trädgårdsodlare. Genom verktygen yrkesinfo.se, dittyrke.se samt undersidan dittyrke.se/jobbagront har ungdomar haft möjlighet att matcha sina egna drivkrafter med faktiska yrkesroller i branschen – en konkret och långsiktig förlängning av våra lektioner och möten i klassrummen. Dessa digitala verktyg används inte bara av elever tillsammans med Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer, utan också av studie- och yrkesvägledare, lärare och vårdnadshavare.

VI DELAR MED OSS AV INSIKTER OCH ÅSIKTER FRÅN UNGDOMARNA TILL OCH OM BRANSCHEN

Ett ytterligare viktigt resultat är att arbetsgivare inom branschen fått stärkt kunskap om framtidens arbetstagare genom föreläsningen "Attraktiv arbetsgivare – Generation Z". Denna föreläsning har skapat ökad förståelse för ungas drivkrafter och bidragit till att fler arbetsgivare engagerar sig i det långsiktiga kompetensförsörjningsarbetet. Responsen har varit positiv, med ökat intresse för vidare samverkan.

INVESTERINGAR GES ÅTER GENOM RIKTADE INSATSER MOT UNGDOMAR FÖR ATT STÄRKA BRANSCHENS KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Förståelse för branschen är avgörande för att budskap ska kunna förmedlas med trovärdighet och precision till målgruppen i klassrummen. Därför har ett viktigt resultatområde under det gångna året varit den gedigna kunskapshöjning som genomförts för Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer. Genom ett strukturerat och kontinuerligt samarbete med Jobba Grönt har relevanta fakta och insikter om det gröna näringslivet förmedlats internt inom konceptet Arbetsmarknadskunskap. Detta har integrerats i Arbetsmarknadskunskaps grundlektioner, utbildningskedja, ERFA-konferenser och kontinuerligt stöd. Detta säkerställer att kommunikatörerna runt om i Sverige i större utsträckning kan bidra till att minska fördomar, lyfta fram yrkes stolthet och bredda bilden av vilka karriärmöjligheter som finns inom det gröna näringslivet. Inte bara som en förstärkning av konceptets kvalitet, utan även en viktig investering i att långsiktigt möta branschens kompetensbehov.

Detta samarbete har under året visat sin kraft och potential. Slutsatsen är tydlig, samarbetet mellan Jobba Grönt och Arbetsmarknadskunskap inte bara önskvärd – den är nödvändig.

NATIONELLA RESULTAT ARBETSMARKNADSKUNSKAP

MÅLGRUPP

Verksamhetens primära målgrupp är skolungdomar i det reguljära utbildningssystemet från årskurs 4 i grundskolan till år 3 på gymnasiet. Den sekundära målgruppen är vårdnadshavare och skolpersonal.

ELEVER

Under 2024 har konceptet mött 73 801 ungdomar. Det är en ökning på ca 5000 skolungdomar från 2023.

LEKTIONER

Under perioden genomfördes 3082 lektioner i Arbetsmarknadskunskap.

VUXNA

Under året har 6 199 vuxna (lärare och skolpersonal, vårdnadshavare och SFI-elever) tagit del av Arbetsmarknadskunskap i olika sammanhang vilket är en ökning på 237% sedan förra året.

NATIONELL ANALYS

Under 2024 har Arbetsmarknadskunskap Sverige fortsatt arbetet med att samla in och sammanställa franchiseregionernas regionala data till en gemensam övergripande nationell rapport. Rapporten *Skolungdomars val påverkar kompetensbristen*, är den andra rapporten som tagits fram inom konceptet.

DITTYRKE.SE

Dittyrke.se är ett verktyg inom Arbetsmarknadskunskaps koncept som används på lektioner. Under 2024 har totalt 37 510 personer registrerat sina drivkrafter i dittyrke.se.

PROGNOS

När vi kliver in i 2025 ser förutsättningarna gynnsamma ut där vår bedömning är att konceptet har stora möjligheter att träffa än fler skolungdomar framgent. Detta utifrån att franchisetagarna har en fortsatt bra situation tillsammans med att ytterligare ett län har anslutit sig till konceptet från årsskiftet 2025.

OM ARBETSMARKNADSKUNSKAP

Arbetsmarknadskunskap (Arbetsmarknadskunskap) är ett nationellt koncept utvecklat av den ekonomiska föreningen Competence. Syftet med konceptet är att skapa en bättre matchning på den lokala, regionala och nationella arbetsmarknaden genom att ge skolungdomar, föräldrar och skolpersonal ökad kunskap om arbetsmarknaden för att på lång sikt öka den generella rekryteringsbasen till bristbranscher och bristyrken.

Arbetsmarknadskunskap drivs av och för arbetsgivare, nationellt, regionalt och lokalt. Arbetsmarknadskunskap är arbetsgivarnas röst i klassrummen där elever inspireras och motiveras till att göra genomtänkta studie- och yrkesval.

Arbetsmarknadskunskap ägs av Competence och drivs i åtta län från 10 kontor; Dalarna/Sandviken, Jämtland/Härjedalen, Skåne, Västerbotten, Västernorrland, Västmanland, Värmland/Åmål och Örebro län i över 90 kommuner.

Tillsammans möter vi ca 70 000 elever årligen. Konceptet genomför inspirationslektioner och föreläsningar för målgruppen skolungdomar i det reguljära utbildningssystemet från år 4 till år 3 på gymnasiet.



Arbetsmarknads
kunskap

arbetsmarknadskunskap.se