

Uppdraget “Breddad rekrytering”

Oktober-december 2024

50% projektledartjänst

Uppdragsgivare: Folkhögskoleförvaltningen

Uppdragstagare: Grebbestads folkhögskola

Projektledare: Alexandra Lange

Uppdragets bakgrund och syfte

Bakgrunden till uppdraget är att skolor utanför större städer har ett minskat intresse för platsbundna allmänna kurser och att deltagargruppen på både allmänna och särskilda kurser inte speglar samhällets mångfald, enligt återkommande analyser från Folkbildningsrådet. Syftet med uppdraget var att göra folkhögskolorna i Fyrbodalsområdet mer kända för grupper som vanligtvis inte söker sig till dessa skolor. Fokus låg särskilt på att nå personer som ännu inte uppnått gymnasienivå, samt på att bredda deltagarsammansättningen inom profilkurser, där mångfalden också visat sig vara begränsad både lokalt och nationellt.

Under perioden september–december 2024 skulle målgrupper identifieras, kontaktas och bjudas in till skolorna för att få en fördjupad förståelse för skolornas särdrag och utbildningsutbud. En projektledare anställdes på 50% tjänst under oktober till december för att leda arbetet. Grebbestads och Dalslands folkhögskolor, samt eventuellt andra skolor i området, skulle ansvara för att ta emot besökarna och visa verksamheten. För att underlätta deltagande fanns medel avsatta för att organisera busstransporter.

Detta utgjorde grunden för uppdraget som därefter genomfördes, men vissa delar av det ursprungliga syftet har kommit att omformuleras och utökas under projektets gång.

Fyrbodalsområdet är stort och därför beslutades att fokus ska vara på *Uddevalla, Strömstad, Tanum, Trollhättan, Färgelanda*.

Nyckelpersoner och kontaktlista

För att identifiera och nå potentiella folkhögskoledeltagare samt få insikt i vilka dessa målgrupper är och hur de kan nås har det varit avgörande att först hitta relevanta kontakter. Därefter har tid lagts på att etablera kontakter och relationer med nyckelpersoner. Dessa nyckelpersoner ger värdefull information om vad folkhögskolan behöver bli bättre på gällande bland annat breddad rekrytering. Nyckelpersonerna har kontaktytor och är broar till olika målgrupper. Att få till en god kontakt och att synka med varandra är a och o för en givande samverkan och fungerande samarbete. Befintliga och nya kontaktytor har etablerats och en kontaktlista med ett trettiotal personer har upprättats. Här finns bland annat studie- och yrkesvägledare, mötesplatssamordnare, Kommunala aktivitetsansvariga, samordnare på arbetsmarknadsenheter, personer på vuxenutbildning och gymnasier, arbetsförmedling, kyrkor, fritidsgårdar. Personliga relationer och inbjudningar samt närvaro i målgruppernas miljöer har varit centrala inslag i arbetet och är helt avgörande för att nå nya målgrupper.

Möten har genomförts med bland andra pedagoger och studie- och yrkesvägledare på Dalslands folkhögskola, Grebbestads folkhögskola, och Ljungskile folkhögskola. Med studie- och yrkesvägledare på gymnasieskolorna i Strömstad och Tanum, studie- och

yrkesvägledare på Uddevalla Vuxenutbildning, konsult på Arbetsmarknadsenheten i Uddevalla, samordnare på Jobbcentrum i Dalaberg och med diverse personer på Mötesplatsen i Dalaberg, samordnare inom Arbetsförmedlingen Fyrbodals, diakoner på kyrkan i Dalaberg, Kulturhuset Kronans chef med flera.

Samtalen har handlat om folkhögskola och om hur målgrupper kan nås. Spridningskanaler och olika samverkansmöjligheter har diskuterats. Detta har öppnat möjligheter att än mer sprida information om folkhögskolor som studieform och om vilka utbildningar som finns, i befintliga nätverk exempelvis genom månadsutskick till ett stort antal aktörer och målgrupper, deltagande i arbetsmarknadstorg och olika informationsträffar. Studiebesök till folkhögskolorna har erbjudits i samtliga möten, för potentiella deltagare och andra relevanta målgrupper så som aktörer och medarbetare inom kommuner och utbildningsanordnare.

Den korta tiden för uppdraget har visat att för att knyta kontakter och för att kunna planera in aktiviteter som till exempel studiebesök, så krävs en god framförhållning. Förhoppningen är att dessa erbjudanden om studiebesök (och intresset för dem) följs upp av folkhögskolorna för att resultera i konkreta inbjudningar för potentiella deltagare men även för kontaktpersoner/nyckelpersoner som på olika sätt möter diverse målgrupper.

Rekommendationer och medskick

- **Att nå nya målgrupper och öka mångfalden**

För att nå fler deltagare och nya målgrupper behöver det skapas fler kontaktytor med nyckelpersoner och nätverk. Dessa kontakter behöver underhållas. Många av de potentiella deltagarna har inte en tydlig bild av vad folkhögskolan erbjuder, vilket försvåras av att folkhögskolan inte är lika känd eller tillgänglig i relation till vuxenutbildning och yrkesutbildningar. Ett återkommande tema som lyfts fram i flera samtal är vikten av att finnas på plats där målgrupperna finns, skapa relationer och på så sätt att informera om folkhögskolans särskilda värde jämfört med andra utbildningsalternativ. Detta kan i vissa fall kräva extra kulturkompetens och i samtliga sammanhang behöver nyckelpersoner med upparbetade relationer involveras.

- **Underhålla kontakten med nyckelpersoner**

Öka och underhåll samverkan med nyckelpersoner som finns på gymnasier, SYV-nätverk, Arbetsmarknadsenheter, Arbetsförmedlingar och olika mötesplatser i områden som når olika målgrupper. Att knyta band och skapa relationer med relevanta kontakter (nyckelpersoner) och bjuda in dem till folkhögskolan, med god framförhållning, kan skapa en bättre förståelse för folkhögskolans verksamhet och leda till ökad samverkan. Kontakter och samverkan behöver aktivt följas upp och underhållas. Det behöver finnas en tydlighet i vem/vilka som är ansvarig för att detta underhåll görs.

- **Transport och geografiskt läge**

Transport och tillgänglighet framhålls som avgörande faktorer för att målgrupper ska kunna delta i folkhögskoleverksamhet. En praktisk utmaning är alltså att det är svårt för många att ta sig till skolorna, vilket kräver ytterligare satsningar på transportlösningar eller anpassade utbildningar.

- **Utbildningar som möter målgruppernas efterfrågan**

Det har ofta framkommit att det behöver göras verksamhet där människor finns, utifrån behov och önskemål som målgrupperna själva uttrycker. Dvs att skräddarsy utbildningar för att möta målgruppernas behov. Mer yrkesinriktade utbildningar med tydlig koppling till arbetsmarknaden efterfrågas, särskilt i områden som Dalaberg och Kronogården. Det behöver marknadsföras och erbjudas kortare introduktionskurser eller prova-på-aktiviteter. Många vill framförallt ha jobb och därför efterfrågas ofta yrkesinriktade kurser. Detta kan locka fler deltagare och därmed skapa större intresse och vetskap om studier på allmänna och särskilda kurser.

- **Förtydliga frågor om ekonomi och finansiering**

Studiefinansiering är en avgörande fråga för många. Att tydligt informera om finansieringsmöjligheter och stöd kan minska osäkerheten bland potentiella deltagare, särskilt de som saknar rätt till CSN. Konkret information om studiefinansiering efterfrågas, särskilt för de som är tveksamma till att använda CSN på grund av ränta.

- **Lyssna in och använd folkhögskolans deltagare**

Deltagare (nuvarande och tidigare) är folkhögskolans starkaste ambassadörer. Det finns mycket att vinna på att lyssna till deras erfarenheter, uppmuntra och framförallt skapa konkreta förutsättningar där deltagare ges utrymme att bidra till att folkhögskolan når ut. Detta kan skapa möjligheter att nå ut bredare och effektivare.

- **Förstärka synligheten av folkhögskolan**

Prioritera den fysiska närvaron på mässor, drop-in-tillfällen hos olika aktörer som möter målgrupper, och delta i olika aktörers samverkansträffar där utbildning och arbetsmöjligheter diskuteras. Flera tipsar även om vikten av att etablera kontakter och erbjuda information till föräldrar för att nå unga deltagare. Tydliggör och synliggör ännu mer folkhögskolans unika fördelar, såsom anpassade studieupplägg och folkhögskolans mångfacetterade roll för deltagare med sociala och ekonomiska utmaningar.

Genom att finnas på plats där målgrupperna finns, låta folkhögskoledeltagare dela framgångshistorier och berätta om folkhögskola kan man på ett konkret sätt visa på folkhögskolans värde. Konkurrensen från andra utbildningsformer gör att folkhögskolan måste bli bättre på att visa sina unika styrkor, och deltagarna på folkhögskolorna har en viktig roll i detta. Genom aktivt utåtriktad information av deltagare, kommunikatörer, SYV och även lärare, kan medvetenheten öka om folkhögskolan. Tydliga budskap om tillgänglighet och vad folkhögskolan erbjuder, inklusive möjligheten att studera för personer under 18 år, bör framhävas. Öka eventuellt möjligheten till stöd mellan hemmet och skolan. För att nå fler kan det behövas bättre språkstöd, till exempel engelska för arabisktalande och svenska som andraspråk.

- **Intern utveckling av folkhögskolan**

Det är viktigt att säkerställa att breddad rekrytering även innefattar breddad rekrytering av personal på folkhögskolorna.

Kommunikationen utåt men även internt om vad folkhögskolan erbjuder behöver vara tydlig för att kunna väcka intresse och matcha nuvarande deltagares och nya målgruppers behov och intresse. I många kommuner, som till exempel Uddevalla och Strömstad, har vuxenutbildning och yrkesinriktad SFI vuxit och fyller ett behov som även folkhögskolan kan

tillfredsställa genom att erbjuda fler efterfrågade och flexibla utbildningsformat. Ett par åtgärder som kan leda till att öka intresset för folkhögskolan är att introducera kortare prova-på-kurser, yrkesinriktade kurser och att överväga ytterligare utbildningsinriktningar som till exempel allmän kurs med djur, ett önskemål som lyfts av flera.

För att möta nuvarande och kommande deltagare på bästa sätt föreslås utbildning i bemötande för personal. Detta gör även att folkhögskolan bättre kan hantera frågor från grupper med psykisk ohälsa, social fobi eller tidigare skolfrånvaro. Använd befintlig kompetens på skolan.

Den interna kommunikationen på folkhögskolan behöver i många fall stärkas för att säkerställa att intern kompetens används och lyssnas på, och för att göra alla insatta i hur de tillsammans är ansvariga för och kan arbeta för att bli en synligare och mer relevant folkhögskola för både deltagare och samverkansparter.

Genomförda studiebesök

- **Folkhögskolor gör studiebesök hos varandra**

Genom att föra samman deltagare från olika skolor, till exempel "stadsnära" folkhögskolor och landsbygdsfolkhögskolor, skapas ett forum där deltagare och pedagoger kan utbyta erfarenheter och idéer. Genom att besöka andra folkhögskolor ges inblick i utbildningar och möjligheter som kanske inte finns på den egna skolan. Detta kan inspirera deltagare att fortsätta studera eller prova nya ämnesområden, vilket kan bidra till en ökad rörlighet mellan folkhögskolor och därmed en bredare rekrytering.

Som en del av uppdraget med breddad rekrytering genomfördes ett studiebesök på Grebbestads folkhögskola för deltagare och pedagoger från Dalslands folkhögskola (Trollhättan och Färgelanda) och Ljungskile folkhögskola. Totalt välkomnades cirka 60 av engagerade värdar och fick en inblick i Grebbestads folkhögskolas kursutbud och unika miljöer, såsom hantverkshuset och marinbiologihuset. Det bjöds på lunch och fika.

Studiebesöket skapade en plattform för erfarenhetsutbyte och reflektion. Deltagarna fick nya perspektiv på utbildningsmöjligheter och framtida vägar, vilket kan inspirera till fortsatt lärande och ökad rörlighet mellan skolorna. Samtidigt stärktes nätverken och gemenskapen mellan deltagare och personal från olika skolor. För flera innebar detta även en möjlighet att möta människor med olika bakgrunder och idéer.

Deltagarna spelade en aktiv roll som ambassadörer för sina skolor, bland annat genom att dokumentera besöket med bilder och filmer som sprids i deras egna nätverk. Detta förstärker effekten av breddad rekrytering genom att nya målgrupper nås och inspireras.

Trots en del logistiska utmaningar och viss tillgänglighetsbrist (marinbiologihuset) på plats blev besöket en framgång. Det inkluderande upplägget bidrog till att skapa en värdefull erfarenhet för både individer och skolor, samtidigt som det lade grunden för framtida samarbeten och utvecklingsmöjligheter. Studiebesöket inspirerade inte bara deltagarna, utan även pedagogerna, som fick nya insikter och idéer för sitt arbete.

- **Dalaberg besöker folkhögskola**

Den 17 december deltog 20 personer från Dalaberg i Uddevalla på ett studiebesök till Dalslands folkhögskola i Färgelanda. För att nå ut med information om studieresan letades relevanta kontakter upp och möten med lokala nyckelpersoner genomfördes framförallt på plats i Dalaberg. Träffarna handlade om folkhögskola, att nå målgrupper, samverkan och om erbjudandet av studiebesök. Studieresan organiserades i samarbete med Dalslands folkhögskola, Grebbestads folkhögskola, Ljungskile folkhögskola och lokala aktörer i Dalaberg såsom Mötesplatsen, kyrkan, Studieförbundet Vuxenskolan och Jobbcafé (AME). Alla dessa spred information om studiebesöket i sina kontaktnät och direkt till olika målgrupper. Även andra kontakter som etablerats i samband med uppdraget "breddad rekrytering" användes för att göra utskick som når ut brett och till många. Samordnaren på Mötesplatsen i Dalaberg, som är välkänd i området, spelade en viktig roll i att ta emot anmälningar. Tack vare ovan etablerade kontakter och insatser nådde inbjudan ut fysiskt och digitalt, personer anmälde sig och studieresan kunde genomföras.

Bussen avgick från Mötesplats Dalaberg. Majoriteten av deltagarna hade inte svenska som modersmål. Vid ankomsten till folkhögskolan blev gruppen varmt välkommen av skolans personal, deltagare och rektor. Dagen inleddes med fika som följdes av en informationssession där skolans studie- och yrkesvägledare presenterade olika utbildningsmöjligheter som folkhögskolan erbjuder. Fokus låg särskilt på kurser som kompletterar grund- och gymnasieutbildning, samt på utbildningar inom friluftsliv, personlig utveckling och hälsa. Två skolambassadörer deltog, berättade om folkhögskola och svarade på frågor. På plats fanns även två från skolans personal som tolkade till arabiska.

Under lunchen fick deltagarna möjlighet att mingla med varandra och med skolans deltagare. Det blev sedan en guidad rundtur på skolans område, där gruppen fick möjlighet att se undervisningslokaler, odlingar och djur, kreativa verkstäder, och internat. De fick höra om skolans fokus på gemenskap, personlig utveckling och individuellt anpassat lärande.

Studiebesöket blev ett lyckat initiativ som inte bara ökade kunskapen om folkhögskolans verksamhet för dem som deltog utan också sprids vidare. Deltagarna tog många bilder och når ut till personer och målgrupper vi annars inte når. Studiebesöket blev också ett tydligt exempel på vikten av kontaktskapande med nyckelpersoner, samverkan och engagemang som i sin tur kan öppna nya dörrar och möjligheter av samarbeten.

Sammanfattning

För att långsiktigt nå nya målgrupper behöver folkhögskolorna:

- Stärka sin närvaro i målgruppernas miljöer och "lyssna in" målgruppernas behov, situation och önskemål.
- Skapa fler yrkesinriktade utbildningar som möter målgruppernas och arbetsmarknadens behov.
- Säkerställa god kommunikation om finansieringsalternativ och tydliggöra utbildningarnas fördelar.
- Etablera bra relationer och goda kontakter som synkar med nyckelpersoner. Detta är avgörande för en framgångsrik samverkan och ett välfungerande samarbete.

- Vårda och underhålla kontakterna med nyckelpersoner/kontakter.
- Fortsätta använda deltagare som ambassadörer och arbeta med personliga inbjudningar och relationer.
- Breddad rekrytering innefattar även breddad rekrytering av personal på folkhögskolorna.

Genom att arbeta strategiskt med dessa åtgärder kan folkhögskolorna fortsätta att bredda rekryteringen och bli mer relevanta för en mångfald av deltagare. En central lärdom har varit att långsiktighet, förankring och kontinuerlig samordning krävs för att arbetet ska bli framgångsrikt. Många har uttryckt intresse för att delta i studiebesök och samarbeten, men behovet av god framförhållning för att planera sådana aktiviteter har varit tydligt.