

AN-tjänsterna blir en del av kommunernas basservice 1.1.2025: kommunikation

Webbinarium
för kommunernas kommunikatörer
28.5.2024

Hanna Lassila



Presentationens innehåll:

- **Bakgrund till reformen**
- **Planering av och rekommendationer för kommunikation**
- **Modell för webbplats**
- **Kampanj på sociala medier**
- **Intern kommunikation**
- **Kommunikationens tidsram**
- **Integrationskommunikation (se separat presentation under KOT024)**



Vad handlar reformen av AN-tjänsterna 2024 om?

- Organiseringsansvaret för den offentliga arbetskraftsservicen vid arbets- och näringsbyråerna övergår till kommunerna 1.1.2025.
- **De nuvarande AN-byråerna läggs ner.**
- Kommunerna får ett nytt statsandelsåliggande som finansieras med icke-öronmärkta statsandelar. Kommunernas finansieringsansvar utvidgas.
- Drygt 4 000 sakkunniga inom främjande av sysselsättning överförs från staten till kommunerna.
- **AN-tjänsterna blir en del av varje kommuns basservice, såsom småbarnspedagogik eller tekniska tjänster.**
- Den reviderade integrationslagen träder i kraft 1.1.2025 samtidigt som reformen av AN-tjänsterna.

Avsikten är inte endast att överföra tjänster från staten till kommunerna utan att utveckla tjänsterna med hjälp av hela den kommunala verksamhetsmiljön och med beaktande av särdrag och förhållanden på den lokala arbetsmarknaden.



Vad är syftet med reformen?

Lagens syften

- Öka sysselsättningen genom att främja efterfrågan på och utbudet av arbete via samarbete mellan staten och kommunerna.
- Stärka områdenas livskraft och konkurrenskraft med kundorienterade tjänster genom att utnyttja möjligheterna i det kommunala ekosystemet.
- Uppmuntra kommunerna att ta hand om sysselsättningen i regionen samt att erbjuda arbetslösa arbetssökande så effektiva tjänster som möjligt som leder till sysselsättning.
- Med reformen strävar man efter att sysselsätta mellan 7 000 och 10 000 personer.

Kommunernas mervärde i reformen

Enligt Kommunförbundets och kommunernas lösningsmodell

- Sysselsättningen kan höjas **genom ökad efterfrågan på och ökat utbud av arbete.**
 - Som tillhandahållare av AN-tjänster har kommunerna möjlighet att främja dessa två mål i stor utsträckning.
- **Utnyttjande av samlade resurser**
 - Kommunerna är naturliga samarbets- och verksamhetsorganisationer som möjliggör nätverk och ekosystem som främjar sysselsättningen i regionen.
- Kommunerna har **ekonomiska incitament** för att främja sysselsättningen, livskraften och konkurrenskraften, också statsfinanserna effektiveras.
- Kommunerna har både ensamma och tillsammans den bästa **helhetssynen** på hur regionen ska utvecklas.
- **Närservice, kundorientering och förverkligande av närdemokratin.**



Varje kommun har en viktig roll

- I och med reformen får Finland 45 sysselsättningsområden som ansvarar för den **administrativa** organiseringen av arbetskraftstjänsterna.
 - **39** kommuner ordnar arbetskraftsservicen enligt modellen med en ansvarig kommun
 - **4** ordnar i egen regi (Lahtis, Kouvola, Helsingfors och Vanda)
 - **2** ordnar arbetskraftsservicen enligt samkommunsmodellen (Sydösterbottens och Kymmenedalens



- En kommuninvånare som behöver AN-tjänster är inte intresserad av **vem som administrativt ordnar tjänsterna**. Varje kommun har en viktig roll när det gäller att vägleda och ge råd till invånarna om hur de ska få tillgång till tjänster.
- Det viktiga för invånaren är att tillgången till service är smidig och kundorienterad.
- Det är viktigt att invånarna får en bild av att såväl bildningstjänster som samhällstekniska tjänster och sysselsättningstjänster i fortsättningen finns under samma tak!



Reformens budskap och mål

1. **Tillsammans** skapar vi en helt ny modell där alla aktörer har en mycket viktig roll.
2. Det handlar inte bara om att främja sysselsättningen, utan framför allt om att **stärka livskraften** i respektive region.
3. Kommunerna får fler redskap i och med reformen. När AN-tjänsterna överförs till kommunerna och läggs till den redan befintliga verksamheten, kan kommunerna **än effektivare främja sysselsättningen, tillgången till kompetent arbetskraft och företagens tillväxt**.
4. Utöver att kommunerna ska organisera tjänsterna är det viktigt att fundera på **hur tjänsterna kan integreras i arbetet för att stärka kommunens livskraft och hur till exempel tillgången till kompetent arbetskraft ska tryggas**. Det handlar inte bara om att tjänster och personal överförs från staten till kommunerna.
4. **Det är viktigt att AN-tjänsterna etableras och görs till en grundläggande del av kommunernas service, inte en separat tjänst.** För att servicen ska kunna etableras krävs välfungerande kontaktytor både inom och utanför kommunen.
5. **Varje kommun har sin roll** i genomförandet av reformen och etablerandet av tjänsterna, oberoende av vilken ansvarsfördelning som finns i sysselsättningsområdet.

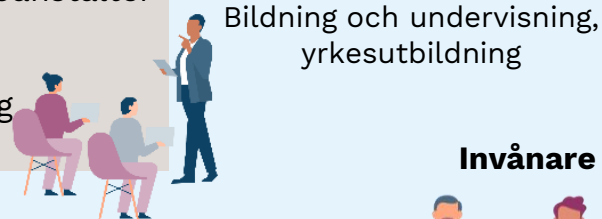


[Länk: Rekommendationer för AN-kommunikationen](#)

Kommunerna får fler verktyg för att stärka livskraften

Kommunen utbildar kunnig personal

- **Yrkesutbildning** som motsvarar arbetslivets behov
- Samarbete mellan näringsliv och läroanstalter och högskolor
- Kommunen stöder bevarandet av förutsättningarna för grundutbildning



Bildning och undervisning, yrkesutbildning

Integration och invandring

Invånare



Livskraftiga företag, utveckling av företag

Brist på kompetent arbetskraft

Kommunen planlägger, beviljar tillstånd för företagsverksamhet och upprätthåller infrastrukturen för en fungerande vardag

- Investeringar för den gröna omställningen
- Bostadsutbud som stödjer tillgången till arbetskraft
- Förebyggande av marginalisering
- Distansarbete och nätverksanslutningar

Boende och miljö
Samhällsplanering

Fritid, välmående,
motion, kultur



Kommunen har attraktions- och kvarhållningskraft

- Invånarna upplever kommunen som en trygg och attraktiv boende- och livsmiljö i olika skeden av livet även i fortsättningen.
- Företag ser kommunen som attraktiv och vågar investera.

Kommunen söker kunnig personal

- AN-tjänster som stödjer snabb sysselsättning och tillgången till arbetskraft
- **Främjandet av integrationen** en del av främjandet av sysselsättningen
- Via AN-tjänster experter till företag både från Finland och utlandet (**internationell rekrytering**)
- Tillgång till arbetskraft som möjliggör företagstillväxt
- Inte bara främjande av sysselsättningen utan också främjande av livskraften i regionen



Kommunerna får en servicehelhet som skapar helt nya möjligheter att främja den lokala livskraften

Reformen i ett nötskal!

- I början av nästa år blir arbetskraftsservicen en del av basservicen i varje kommun.
- I fortsättningen hittar man utöver till exempel kommunens utbildningstjänster, näringslivstjänster och samhällsbyggande även arbetskraftstjänsterna **under samma tak**.
- I stället för enbart främjande av sysselsättningen handlar det om att främja livskraften i hela regionen.
- När AN-tjänsterna överförs till kommunerna och läggs till den redan befintliga verksamhetsmiljön, kan kommunerna än effektivare främja sysselsättningen, tillgången till kompetent arbetskraft och företagens tillväxt.
- Avsikten är inte bara att överföra tjänster och personal från staten till kommunerna utan att utveckla arbetskraftstjänsterna så de blir ännu effektivare: till exempel
 - **genom att rikta yrkesutbildningen** så den bättre stöder regionens sysselsättning och företagens behov
 - **genom att främja integrationens roll** i främjandet av sysselsättningen
 - **genom att främja kommunernas roll i att aktivt locka kompetent arbetskraft**, vid behov även utanför landets gränser
- Det är viktigt att utveckla en mer **målinriktad helhet av tjänster som beaktar den lokala arbetsmarknadens särdrag och företagens kompetensbehov**.
- Kommunerna får en servicehelhet som skapar helt nya möjligheter att främja den lokala livskraften och på så sätt stärka kommunernas attraktionskraft och kvarhållningskraft.



Planering av kommunikationen och Kommunförbundets material



Tjänsterna blir en del av kommunernas tjänster, kommunikationen en del av kommunernas kommunikation

- AN-byråerna läggs ner och det kända AN-varumärket går till historien.
- I sysselsättningsområdena/kommunerna har det uppstått ett behov av att skapa ett eget varumärke för arbetskraftsservicen så att invånarna hittar servicen i fortsättningen.
 - Behovet är förståeligt, särskilt genast efter reformen av välfärdsområdena.
 - Nu är det dock fråga om tjänster som överförs till kommunerna och om nya lagstadgade uppgifter som inte ska separeras från kommunens övriga tjänster.
 - Har andra tjänster i kommunen ett eget separat varumärke?



Kommunerna har lagstadgad informationsskyldighet

- Det viktigaste i kommunikation är invånarperspektivet, inte det administrativa perspektivet.
- Kommunernas egna varumärken och egen kommunikation stöder invånarperspektivet och etableringen av tjänsterna bäst.
- Oavsett hur servicen ordnas - *av kommunen själv, den ansvariga kommunen eller samkommunen* - är det viktigt att alla kommuner kommunicerar.
 - Den lagstadgade informationsskyldigheten gäller alla kommuner oberoende av hur tjänsterna ordnas.
 - Det är viktigt att beakta att kommunikationsansvaret inte enbart kan avledas till sysselsättningsområdena eller till en s.k. regional kommunikation som genomförs med separata varumärken eller gemensamma element i sysselsättningsområdena.
- Det **administrativa organiseringsansvaret är inte relevant** för invånarna, utan tydlig och enkel tillgång till tjänsterna
 - Vad är lättare än att kommunicera att invånarna alltid kan vända sig till den egna kommunen i AN-ärenden?
 - Obs! Också lätt för personer med främmande språk och nya kommuninvånare

Då tjänsterna överförs till kommunerna är det vi här i din egen kommun som hjälper dig och ger dig råd!
Vi finns nära dig.



Rekommendationer för kommunikationen

- Kommunförbundets [rekommendationer 10/2023](#) för kommunikationen om tjänsterna som grund för kommunikationsplaneringen.
- Innefattar reformens huvudbudskap, mål och rekommendationer för planeringen av kommunikationen om tjänsterna och den interna kommunikationen.

Sammandrag

- Inget eget visuellt utseende ska skapas för AN-tjänsterna.
- Kommunerna marknadsför arbetskraftstjänsterna på samma sätt som kommunernas övriga tjänster via lokalt användbara kommunikationskanaler.
- Kommunerna har rådgivnings- och handledningsskyldighet oberoende av ansvaret för sysselsättningsområdena och alla invånare har möjlighet att få mer information, rådgivning och handledning från sin egen kommun.
- Vid etableringen och marknadsföringen av tjänster betonas behovet hos invånarna som behöver tjänsterna, inte hur tjänsterna administrativt ordnas.

Modell för webbplats

- Här i Kommunförbundets webbanvisningar berättar vi vilken information som åtminstone bör finnas på kommunernas webbplats före årsskiftet, enligt rekommendation i oktober 2024.
- Innehåller modelltexter som direkt kan föras in på kommunernas webbplats.
- Du kan se modellen på [Kommunförbundets webbplats](#).

”Även om sysselsättningsområdena har separata webbplatser för arbetskraftstjänsterna, är det viktigt för kunderna och för jämlikheten att varje kommun samlar den viktigaste informationen om arbetskraftstjänsterna för invånarna på sin webbplats. På detta sätt ser man till att informationen finns på samma plats överallt i Finland, på den egna kommunens webbplats. Då kommunernas webbplats har komprimerade sammanställningar av samtliga sidor för arbetskraftstjänsterna och de viktigaste kontaktuppgifterna, är det lätt för kommuninvånarna över hela landet att söka och få fram information om sysselsättningstjänsterna.”

Medie- kommunikation



Mediekommunikation hjälper kommunerna att göra tjänsterna tillgängliga

- Den riksomfattande mediekommunikationen inleddes 11.3 med ett riksomfattande journalistevenemang
 - [Pressmeddelandet kan användas fritt](#)
- Mediekommunikationen som stöds av Kommunförbundet fortsätter under regionbesöken för Kommunförbundets förändringsstöd mellan maj och september. Tidsschemat för regionbesöken:
 - Tisdag 21.5 kl. 12-16, Södra Österbotten, **Seinäjäki**
 - Tisdag 5.6 kl. 12-16 Österbotten, Mellersta Österbotten och Jakobstad, **Vasa**
 - Tisdag 11.6 kl. 12-16, Sydöstra Finland, S:t Michelregionen, Nyslott, **S:t Michel**
 - Tisdag 18.6 kl. 12-16, Tavastland, **Lahtis**
 - Måndag 12.8 kl. 12-16, Nyland, **Helsingfors**
 - Tisdag 13.8 kl. 12-16, Birkaland, **Tammerfors**
 - Onsdag 21.8 kl. 12-16 Mellersta Finland, **Jyväskylä**
 - Tisdag 27.8 kl. 12-16, Lappland, **Rovaniemi**
 - Onsdag 28.8 kl. 12-16, Norra Österbotten, Uleåborg, Brahestad, Ylivieska-Kalajoki-Nivala, **Uleåborg**
 - Tisdag 3.9 kl. 12-16 Egentliga Finland och Satakunta, **Åbo**
 - Tisdag 10.9 kl. 13-17 Norra Savolax, Mellersta Savolax, Norra Karelen, **Kuopio**
 - Onsdag 11.9 kl. 12-16, Kajanaland-Koillismaa, **Kajana**
- I samband med regionbesöken strävar Kommunförbundet efter att väcka regionala och lokala medier genom ett samlat pressmeddelande eller genom att träffa journalister.
- Kommunförbundet informerar om 100 dagar till överföringen-dagen (23.9)
- Den bästa tidpunkten för informationen är **efter slutet av september** då även den riksomfattande kampanjen inleds och då beredningen i kommunerna har kommit längre.

Mediekommunikation hjälper kommunerna att göra tjänsterna tillgängliga

I pressmeddelandet är det bra att ta upp frågor som intresserar den breda allmänheten:

1. AN-byråerna läggs ner och tjänsterna blir en del av de kommunala tjänsterna.
2. Även om tjänsterna administrativt ordnas av sysselsättningsområdena är det viktigt att i mediekommunikationen betona att man kan vända sig till den egna kommunen och be om mer information, anvisningar och råd. Detta gäller tjänster för både privata kunder och företagskunder samt integrationstjänster.
3. Det viktigaste är att lyfta fram att befintliga kunder inte behöver oroa sig och att det är lätt för nya kunder att få tillgång till tjänsterna och att tjänsterna finns nära till hands för alla.
 - Största delen av kunderna (=nyhetsläsarna) har inte använt tjänsten så även den kommunikationen går ofta förbi. Då man själv behöver tjänsten och börjar söka efter information är det lätt att komma ihåg att man först kan vända sig till den egna kommunen.
4. Det är bra att föra in integrationstjänsterna i pressmeddelandet.
5. Det är alltid viktigt i all kommunikation, särskilt i extern kommunikation, att betona var man får mer information.

TE-palvelut 2024

Kommunikation på sociala medier



Kampanj på sociala medier i kommunernas egna kanaler och med egna resurser

- Kommunerna får färdiga bildmallar för sociala medier från Kommunförbundet och dessa kan användas fritt.
- De kan användas som sådana eller så kan texten kopieras till egna mallar.
- Kampanjen pågår från slutet av september framåt, på kommunernas egna kanaler och enligt egna resurser.
- Bilderna kan laddas ner före 15.6.
- Närmare årsskiftet och genast i början av nästa år stöds tillgången till information av tätare inlägg.
- Bilderna är tvåspråkiga.
- Kampanjen upphör inte vid årsskiftet.



Etsitkö töitä tai työntekijöitä?
Tiesitkö, että vuoden 2025 alussa työvoimapaalvelut siirtyvät kuntiin?
Uudistus tuo palvelut lähemmäs sinua.



Vuoden 2025 alussa työvoimapaalvelut siirtyvät kunnille.
Uudistus tuo palvelut lähemmäs sinua.



Kunnat vastaavat jatkossa työntekijöiden ja työnantajien työvoimapaalveluista.

Jos etsit töitä tai työntekijää, kysy lisää omasta kunnastasi!

TE-palvelut 2024

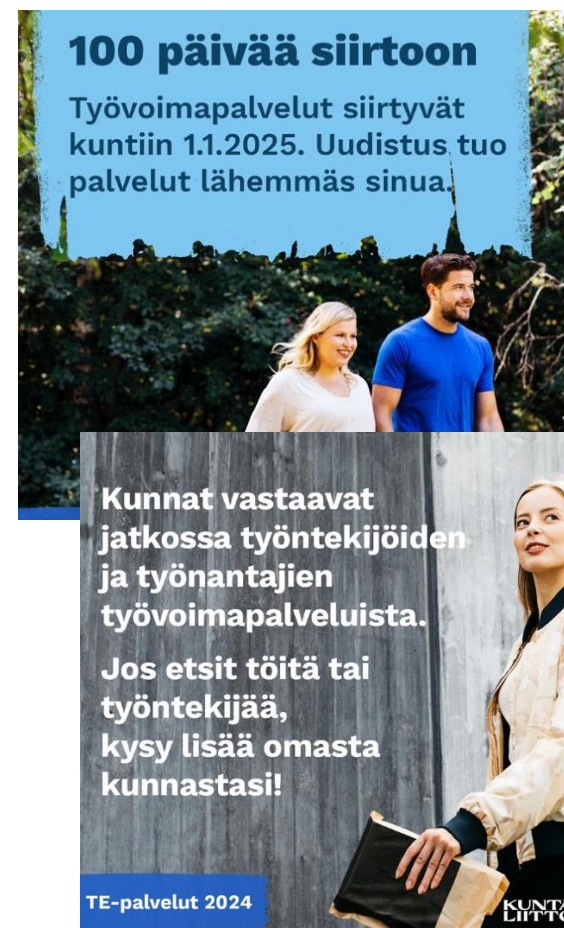
KUNTA LIITTO

Exempel på bilder, utbudet utökas.

KUNTA LIITTO

Tips för kampanjen på sociala medier

- Kommunikationen på sociala medier är bra att inleda i slutet av september/början av oktober.
- Inled dock kommunikationen på sociala medier först då informationen finns på **webbplatsen** och då kommunens/stadens serviceställen har **uppdaterad information** för att betjäna invånarna och för eventuella frågor.
- Genomför detta i mån av möjlighet i flera kanaler och samarbeta med andra kommuner och sysselsättningsområden.



Exempel på bilder, utbudet utökas.

Intern kommunikation



Intern kommunikation har en viktig roll

- Uppdatering av **introduktionsmaterialet** och intranätet är aktuellt
 - Vid introduktion av personalen som överförs från staten till kommunen kan man med fördel använda sig av [eOppiva-plattformens material om kommunens verksamhet \(på finska\)](#).
 - I introduktionsmaterialet är det också bra att kortfattat sammanfatta kommunens basuppgifter och tjänster – dessa kan också användas för att främja integrationen av invandrade!
- **Den interna kommunikationens betydelse framhävs** i stora reformer.
 - Det är viktigt att skapa en helhetsbild av både AN24- och KOTO24-reformerna inom kommunens olika sektorer och bland de förtroendevalda.
 - Det är viktigt att **särskilt de som arbetar vid kommunernas serviceställen** har en uppfattning om verksamheten inom arbetskraftsservicen och tjänsterna för främjande av integrationen, serviceställena och öppettiderna.
 - **De förtroendevaldas roll som målgrupp kan inte betonas för mycket.** Det är viktigt att sprida mycket information om reformerna till stöd för beslutsfattandet och för engagemanget i utvecklingen av tjänsterna.
 - Den interna kommunikationens betydelse framhävs också **i fråga om beredskapen**. Då överföringen av tjänsterna närmar sig är det viktigt att kommunicera öppet och reagera snabbt på förändringar.

Intern kommunikation har en viktig roll

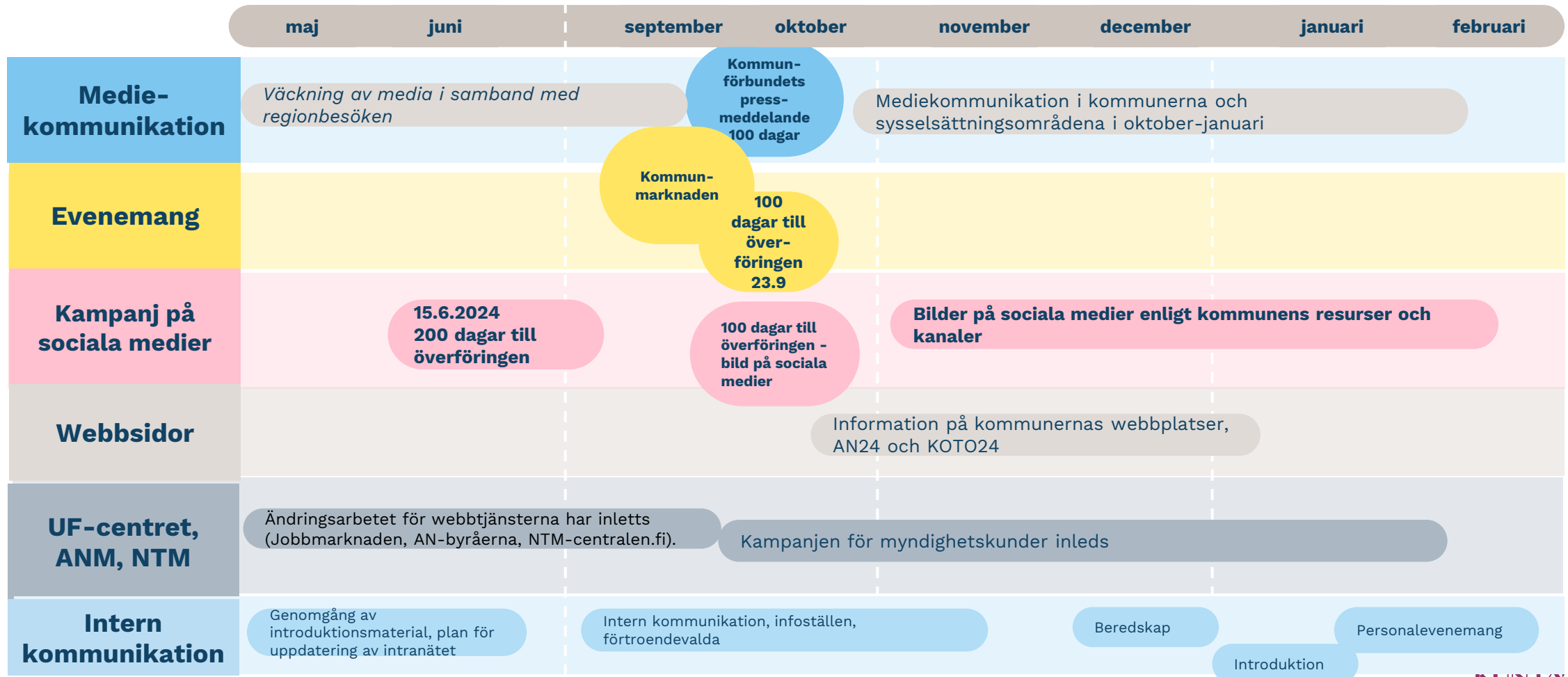
- Olika **personalevenemang** (både på plats och via Teams) är viktiga redan före årsskiftet, men särskilt efter årsskiftet.
- Med tanke på en lyckad reform är det viktigt att bygga upp en ny verksamhetskultur.
- Kommunerna får en enorm mängd sakkunskap om främjande av sysselsättningen som **i kombination med befintligt kunnande** ger kommunerna nya verktyg för att tillsammans främja livskraften inom olika sektorer.
- Vid uppbyggnaden av en ny verksamhetskultur och en livskraftig kommun är det bra att på ett mångsidigt sätt använda sig av metoder som involverar personalen.
- Reformen omfattar sakkunniga från olika kommunala sektorer och därför ska information spridas på bred front i den interna kommunikationen.
 - Sysselsättning och näringsliv, ICT, ekonomi, integration, internationell rekrytering, yrkesutbildning, förvaltning, kommunikation.
- I den interna kommunikationen är det bra att betona att livskraften byggs upp genom samarbete mellan olika sektorer – alla är med och bygger upp nya livskraftiga kommuner!

TE-palvelut 2024

Tidsplan för kommunikationen



Kommunikationens tidsram



Kort om kommunikationskampanjerna

- **100 dagar till överföringen - Kommunförbundet**
- Evenemang 23.9 i Kommunernas hus
- 100 dagar till överföringen-bild för sociala medier till alla kommuner (och sysselsättningsområden)
 - Kommunförbundet inleder kampanjen i sina sociala mediekkanaler (X, FB, Instagram, videor)
- Kommunförbundets pressmeddelande
 - Underlag för meddelande till kommunerna
- **Det kommunala ekosystemperspektivet** (Nya tjänster som en del av kommunens verksamhetsmiljö, främjande av livskraften)
 - Animationen & bilden klar 06/2024
 - Får användas fritt även av kommunerna
 - Särskilt de kommunala beslutsfattarna som målgrupp
- **Riksomfattande kampanjer (ANM, NTM, UF-centret)**
 - Schemalagd att börja enligt tidtabellen för Kommunförbundets kampanj 100 dagar till överföringen
 - UF-centrets kampanj för kundinformation till myndigheter är också schemalagd till september, ändringsarbetena för webbtjänsterna har inletts (Jobbmarknaden, AN-byråerna, NTM-centralen.fi).
 - Matchningsprojektet Kohtaanto deltar här (med fokus på företagskunder)

Tack.

Hanna.lassila@kommunforbundet.fi

www.kommunforbundet.fi/livskraft-och-ekonomi/sysselsattning/an-2024 (Kommunikation)



www.kuntaliitto.fi