

Smutvej: Nyuddannede bliver vikarer for at få fast job

Vikarbureauerne går målrettet efter arbejdsløse nyuddannede, der mangler erfaring, og får et fleksibelt arbejdsliv.

JENS ANTON TINGSTRØM KLINKE
OG MICHAEL OLSEN

De havde udsigt til et liv med masser af jobmuligheder, da de startede på deres uddannelser. Men i dag står titusinder af nyuddannede unge uden arbejde.

De forsøger i stedet at få plads på arbejdsmarkedet gennem de mere usikre vikarjob.

Det fortæller flere vikarbureauer, der har mærket stigende interesse fra unge danskere.

»De unge er ekstremt veluddannede og dygtige. De kan fremvise flotte uddannelser og eksamenspapirer, men det er desværre ikke altid nok. Virksomhederne vælger dem, der også kan fremvise praktisk erhvervs erfaring. Det har disse unge mennesker ikke, og det rammer dem hårdt i de her år«, siger Kristian Nærø, direktør i vikarbureauet Manpower.

Arbejdsløsheden blandt unge har været stærkt stigende, siden finanskrisen startede den økonomiske nedtur i 2008. Ungdomsarbejdsløsheden er på niveau med situationen i 1980'erne, og det har fået flere eksperter til at advare om, at vi risikerer at tabe en generation, som aldrig får fodfæste på arbejdsmarkedet på trods af relevante evner.

Et eksempel på problemet viste en analyse fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd for nylig: Hver syvende, der færdiggjorde en erhvervskompetencegivende uddannelse i 2011, gik direkte ud i mindst et halvt års arbejdsløshed. Det er fire gange

så mange, som lige inden krisen begyndte.

»Der kommer mange nyuddannede uden så meget erfaring. De vil se, om de kan bruge de kvaliteter, de er uddannet til«, siger Nima Astanehdost, direktør i vikarbureauet Randstad, der også oplever stigningen blandt unge, der søger vikararbejde.

Dermed er vikarkorpset det formentlig mest veluddannede nogensinde, og det får vikarbureauerne til at levere arbejdskraft til nye brancher.

»Før krisen var der mest vikarjob inden for lager og produktion, hvor andre ikke gad arbejde. Nu er det også inden for kontorstillinger, bogholderi og marketing«, siger Nima Astanehdost.

Bureau går efter unge

Et andet vikarbureau, det internationale Adecco, har også taget bestik af udviklingen.

30. april går bureauets medarbejdere

på gaden i København, Aarhus og Odense for at opsøge unge arbejdsløse og forsøge at få dem ind i vikarbureauet. Aktionen er en del af en international kampagne fra Adecco, som sender 33.000 medarbejdere på Europas gader, der med blandt andet gratis rådgivning vil forsøge at lokke de unge ind i bureauerne.

“ Vi oplever, at mange er frustrerede og ikke kan få deres første job og erfaring ”
Torben Sneve, direktør, Adecco

kan næsten altid tilbyde dem ufaglærte job som vikar, men sjældent faste job, der er relevante for deres uddannelse», siger

administrerende direktør i det danske Adecco Torben Sneve, der derfor vil forsøge at få sine kunder til at tilbyde traineestillinger tilpasset unge arbejdsløse akademikere.

Hos vikarbureauet Randstad kan man dog også berette om en anden kriseramt gruppe, der søger mod branchen.

»Mange i den ældre gruppe af seniorer tager vikariater og prøver ad den vej at få en fast stilling. De har erfaring, men har ikke nemt ved at finde et job«, siger direktør Nima Astanehdost.

Risici for de frie fugle

Men det store vikarboom handler ikke alene om den økonomiske krise, vurderer direktør Kristian Nærø fra Manpower. Han oplever ligefrem, at nogle unge foretrækker det mere usikre arbejdsliv.

»Det afspejler også den tid, vi lever i, hvor fleksibilitet og hurtig omstilling er væsentligt for mange virksomheder og også for mange lønmodtagere, der ikke

har den store lyst til at arbejde samme sted hele livet hver dag. Vi får en hele ny generation, der elsker at være frie fugle, og som ikke vil låses fast på arbejdsmarkedet. Den tendens er kommet for at blive«, siger han.

Hos Center for Ungdomsforskning, der hører under Aarhus Universitet, har man også bemærket udviklingen. Forskeren

Mette Lykke Nielsen er i øjeblikket ved at undersøge, hvad det betyder for unges sikkerhed, at mange unge er ansat i fleksible stillinger med en løs tilknytning til arbejdspladsen.

»En af vores teser er, at der er særlige risici for unge, der arbejder på den måde. Som for eksempel vikarer; dem har arbejdsgiveren typisk ikke nogen interesse i at investere i, fordi de er midlertidigt knyttet til arbejdspladsen. Der er ikke den samme oplæring, rutine eller fællesskab med kollegaer, som der er i faste job«, siger Mette Lykke Nielsen.

jens.a.klinken@pol.dk

Turister fravælger Danmark

Service og oplevelser skal op i kvalitet for at trække turister til.

TURISME

SUNE HØJRUP BENCKE

Det halter for Danmarks evne til at trække turister til landet. Ifølge en publikation fra Dansk Industri er Danmarks andel af Nordeuropas 60 millioner årlige udenlandske turister faldet fra 20 til 15 procent siden 2000.

Samtidig indtager vi på World Economic Forums Travel & Tourism Competitiveness-undersøgelse for 2013 nogle kedelige placeringer på vigtige områder som turisternes oplevelse af de lokale attitude, effektiviteten af vores markedsføringssevner og prisniveau.

Sammenlagt får det turismeeksperter til at pege på nogle af problemerne for dansk turisme. Heriblandt vores manglende lyst - eller evne - til at servicere vores gæster på en facon, som de kender og forventer. Det er specielt problematisk, når Danmark samtidig er et dyrt land at rejse i.

Lars Erik Jønsson, der er viceadministrerende direktør i VisitDenmark, medgiver, at det er en udfordring for dansk turisme, at besøgende, der kommer på ferie her, skal have ekstraordinært godt med penge på lommen, når serviceniveauet ikke følger med.

Ifølge ham oplever mange af Danmarks besøgende dog, at det er en styrke ved danskerne, at vi er nemme at tale med og er ligetil.

»På den anden side inviterer vi heller ikke gæsterne med hjem. Der er en distance«, siger Lars Erik Jønsson, der tror, at en af udfordringerne er, at turister udefra forventer en meget opvartende service, der nærmest tangerer skopudsniveau.

»Det er vi ikke så gode til, men vi møder folk, hvor de er. Og jeg tror ikke, at vi skal have en service som i Asien og andre steder.«

Lars Erik Jønsson siger, at vi herhjemme har en udfordring i at gøre vores oplevelser tydeligere for gæsterne, når vi markedsfører dem. Og at service og oplevelsesprodukter skal op i kvalitet.

»Før kunne vi i højere grad lade de enkelte stærke produkter stå for sig selv. At vi havde oplevelser for børn, gode kyster, weekenture. Det var tilstrækkeligt. Men det kan vi ikke længere. Der er kommet stærke konkurrenter til. Vi er ikke gode nok til at vise, hvad man kan få i Danmark«, siger Lars Erik Jønsson.

Og så er der spørgsmålet om, hvorvidt vi er dygtige nok til eksempelvis at give de pengestærke kinesere præcis den oplevelse, de forventer, når de henlægger deres sparsomme ferietid i Danmark. Et område, hvor fagfolk efterlyser, at vi er meget mere målrettede.

»Vi skal have viden og analyse på kineserne, så vi simpelthen laver løsninger, der gør, at de føler sig trygge og kan forstå, hvad der foregår her. Det er en stor udfordring for os de kommende år at få kineserne til at føle sig endnu mere velkomne«, siger Lars Erik Jønsson.

Måske kunne VisitDenmark blive klogere på de pengestærke asiater, hvis organisationen deltog på World Travel Market - en årlig messe for rejsebranche, turismeforskere og trendspottere - hvor Danmark sidst var med i 2009, men ifølge Lars Erik Jønsson er det en platform, som VisitDenmark ikke vil få ret meget ud af, medmindre der bliver foretaget nogle meget store investeringer.

»Det var svært at skabe relationer. Danmark blev for lille. I stedet laver vi egne events, som vi selv kan styre. Vi havde et stort event under OL i London. Det var meget mere målrettet«, siger han.

sune.bencke@pol.dk

CASH DEAL

Apple iPhone 5



~~4.799,-~~
16 GB SORT ELLER HVID

VI HAR GIVET PRISEN
ET HAK NED!

4.599,-
16 GB SORT ELLER HVID

SPAR
780,-



Bibob.dk

Max. 1 stk. pr. kunde. Køb kræver, at man har en talepakke fra Bibob.
Minimumspris 99 kr. pr. md. Oprettelse 99 kr.

o'ooo
Så er du på