

Søknad om skjønnsmidler for 2020 til en heltidskampanje

Søknad på vegne av Åmli, Gjerstad, Vegårshei, Tvedestrand, Froland, Risør, Grimstad og Arendal

Målsetting: Å endre kultur og holdninger blant befolkningen slik at det oppleves som et ideal å jobbe heltid.

Beskrivelse av utfordringer: Per oktober 2020 er det så vidt 38 % av de ansatte i helse og omsorg i Arendal kommune som jobber heltid. I hele Arendal kommune er det ca 55 % av de ansatte som jobber heltid. Med ca 2700 ansatte betyr det at hele 1215 ansatte jobber deltid. Arbeidet med å endre deltidskulturen til en heltidskultur har pågått lenge, men særlig intenst siden 2016. De siste 4 årene har andelen heltidstilsatte i Arendal kommune økt med ca 11 %-poeng. Vi merker imidlertid at utviklingen går tregere nå enn i starten. Forskning viser at mange av de som jobber deltid ønsker det. I resten av østre Agder er statistikken enda dårligere enn i Arendal.

De sentrale partene i arbeidslivet er enige om å intensivere arbeidet mot en heltidskultur. Flere heltidstilsatte er også et gjennomgående mål i regionale og kommunale planer. Utfordringene med deltidskultur forsterkes av levekårsutfordringene i Agder. Innenfor både bruker-/pasientperspektivet, arbeidsgiverperspektivet, ansattperspektivet og i et samfunnsperspektiv vil det være vesentlige og varige fordeler ved å utvikle en heltidskultur i kommunene. Ikke minst er det også en likestillingsdimensjon ved problematikken som gjenspeiler seg i levekårsutfordringene på Sørlandet.

Begrunnelse for virkemidler/løsninger som skal testes ut i prosjektet: Prosjektet skal være en kampanje i ulike kanaler for å endre kultur og holdninger i østre Agder knyttet til det å jobbe heltid. Vi tenker oss å bruke både tradisjonelle medier som kino og avis, men også sosiale medier som Facebook.

Forskning innenfor feltet og erfaringer fra andre kommuner viser at det ikke finnes én enkel løsning på problemet. De kommunene som har lyktes best i å skape en heltidskultur har gjennomført mange ulike tiltak samtidig. Delvis handler heltidskultur i helse og omsorg om å etablere nye turnusordninger med tilstrekkelig antall helgetimer, men det handler også mye om kultur og holdninger. Det kan se ut som om politikere og administrative ledere har sterkere eierskap til målet om flere heltidsstillinger enn ansatte og befolkning for øvrig. Kampanjer og historiefortelling er en kjent og effektiv måte å endre kultur og holdninger på. Vi har tro på at en bred kampanje i mange kanaler kan bidra til refleksjon og nye måter å tenke på.

Organisering: Kommunene som deltar i prosjektet ser for seg å gjennomføre en offentlig anskaffelse av en kampanje for å endre kultur og holdninger til heltidsarbeid, særlig rettet mot kvinner som jobber innenfor helse og omsorg i østre Agder, men også generelt mot hele befolkningen. Vi vet at kvinners valg påvirkes av familie og venner. Arendal kommune vil lede prosjektet og gjennomføre selve anskaffelsen. De øvrige deltagende kommunene vil bidra med innspill til innhold og utforming av kampanjen i samspill med den leverandøren som vinner konkurransen om kampanjen.

Tidsplan: Ved godkjent søknad vil prosjektet kunne settes i gang umiddelbart med gjennomføring av offentlig anskaffelse. Anskaffelsen antas å ta ca. 3 måneder. Utforming og gjennomføring av kampanjen anslås å kunne gjennomføres i løpet av 6 måneder.

Budsjett med hovedposter (herunder finansiering og egenandel):

Kostnader

Utforming og planlegging av kampanje	75 000
Produksjon av film	150 000
Kinoreklame, papiraviser, SoMe	200 000
Egne ansatte - planlegging, konkurranse, gjennomføring	150 000
Sum kostnader	575 000

Inntekter

Samlet egenfinansiering fra deltakende kommuner	-150 000
Tilskudd	-425 000
Sum inntekter	-575 000

Søknadssum pr. år: 425 000

Overføringsverdi til andre kommuner: Dette er utfordringer som alle kommuner jobber med i dag. Overføringsverdien til andre kommuner vil være stor og særlig stor for andre kommuner i Agder som deler de samme utfordringene knyttet til både heltidskultur, likestilling og levekårsutfordringer generelt. Kampanjen kan utformes slik at den også kan brukes i andre regioner.