

Epinion

Evaluering af Cabi

Hovedkonklusioner – Juni 2020



Indholdsfortegnelse

1. Indledning.....	3
2. Cabis efterlevelse af de vedtægtsbestemte formål.....	4
3. Målopfyldelse af strategiske målsætninger	7
4. Cabis rolle på beskæftigelsesområdet nu og fremover	8
5. Epinions anbefalinger.....	11

1. Indledning

Epinion har i perioden februar til maj 2020 gennemført en evaluering af Cabis virksomhed med fokus på at analysere:

- I hvilken grad Cabi lever op til sine vedtægtsbestemte formål, dvs. efterse Cabis samlede aktiviteter og vurdere, hvorvidt Cabi opfylder sit formål
- Hvordan Cabi opfylder sine strategiske pejlemærker og KPI'er for de to strategiplaner 2016-2020 og 2019-2022, og
- Hvilken rolle Cabi spiller på beskæftigelsesområdet nu og i fremtiden, herunder Cabis position, rolle som forandringsagent, hvilken forskel Cabi gør samt konsekvenser hvis bevillingsniveauet ikke fastholdes.

Hovedvægten i evalueringen er lagt på den del af Cabis virksomhed, der er helt eller delvist finansieret af grundbevilling.

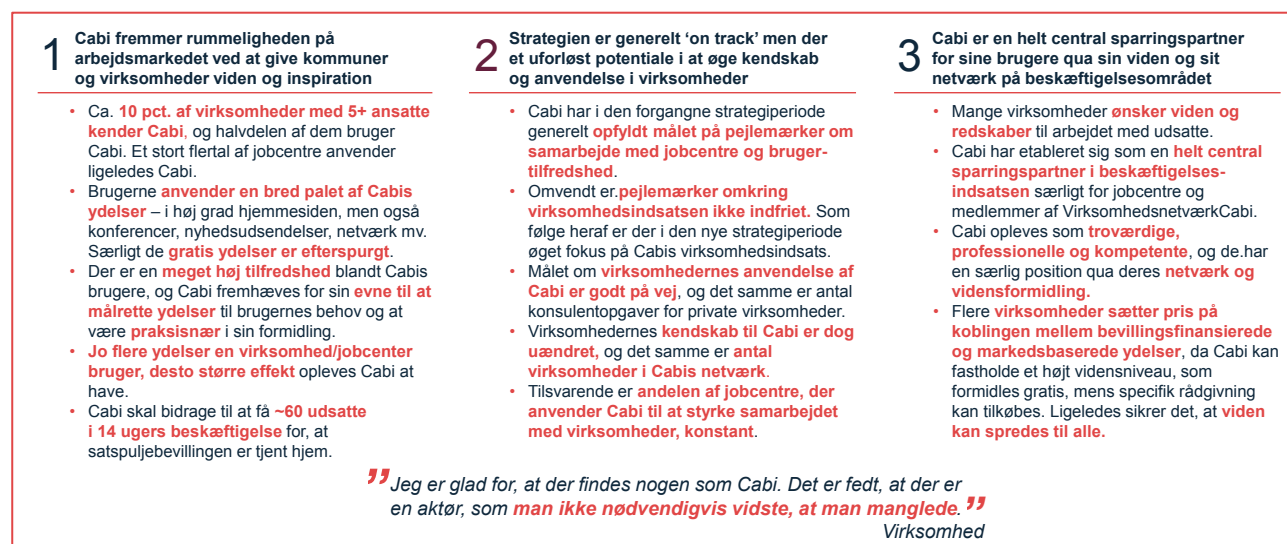
Evalueringen baserer sig på en kombination af datakilder:

- Eksisterende, skriftligt materiale fra Cabi, herunder oversigter over og data for Cabis forskellige aktiviteter, tal for målopfyldelse, eksisterende projektevalueringer mv.
- Surveys til brugere i form af ledere i jobcentre (93 besvarelser) og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi (754 besvarelser)
- En kendskabsmåling via survey til et repræsentativt udsnit af danske virksomheder med 5+ ansatte (401 besvarelser). Når der i evalueringen henvises til besvarelserne i kendskabsmålingen, står det anført som fx 'xx pct. af virksomhederne'.
- Interviews med virksomheds- og jobcenterbrugere og stakeholdere i form af forskellige bevillingsgivere.

Dataindsamlingen er foretaget i det samme tidsrum, som Danmark har været lukket ned grundet Covid19. Dette har påvirket dataindsamlingen, men overordnet set anser Epinion det indsamlede data for at være tilstrækkelig validt til at drage konklusioner på baggrund af.

En sammenfatning af konklusionerne fremgår af figur 1 og uddybes i de følgende afsnit. I evalueringens hovedrapport er en yderligere uddybning af konklusionerne og det data, der ligger bag.

Figur 1: Oversigt over samlede konklusioner



2. Cabis efterlevelse af de vedtægtsbestemte formål

Evalueringen viser, at Cabi lever op til sit vedtægtsbestemte formål, idet den i sine aktiviteter giver kommuner og virksomheder viden og inspiration, der fremmer rummeligheden på arbejdsmarkedet. Ca. 2.300 virksomheder med 5+ ansatte anvender i dag Cabi, og det samme gør et stort flertal af ledere i jobcentre. Også Cabis virksomhedsnetværk udgøres af brugere fra 4.651 virksomheder. Det er i høj grad Cabis aktiviteter inden for det bevillingsfinansierede område – vidensformidlingen og netværkene – der anvendes, og særligt virksomhederne har stor efterspørgsel efter disse. Cabis brugere er generelt meget tilfredse med ydelserne og især de brugere, som anvender flere aktiviteter, oplever, at Cabi qua sin høje faglighed og praksisnære viden medvirker til at få inkluderet og fastholdt flere udsatte og modvirket sygefravær og nedslidning på arbejdspladserne. Dette kan ses i lyset af, at Cabi i kraft af sin satspuljebevilling på 8,7 mio. kr. skal få ca. 60 udsatte i 14-ugers ordinær beskæftigelse for at have genereret samfundsøkonomisk nytte af tilsvarende værdi.

Uddybende forklaring og data

Knap 5.000 danske virksomheder med 5+ ansatte kender til Cabi (svarende til knap 10 pct.), og knap halvdelen af disse anvender Cabis viden og redskaber. Generelt gælder det, at kendskabet til og anvendelsen af Cabi stiger med virksomhedens størrelse. Knap hver 6. af virksomhederne med 50+ ansatte anvender Cabis ydelser, hvorimod det samme kun gælder for mellem 1-4 pct. af virksomheder med mellem 5-49 ansatte. Der anses derfor at være et potentiale i at udbrede kendskabet til og anvendelsen af Cabi yderligere blandt særligt de små- og mellemstore virksomheder (med 10-249 ansatte), som både er blandt dem, der kan rumme at løfte et socialt ansvar, samtidig med, at de sjældent har dedikerede ressourcer til at arbejde hermed, og derfor kan have større behov for støtte i deres arbejde med fastholdelse og inklusion på arbejdspladsen.

Af dem, der bruger Cabi, anvendes en bred palet af Cabis ydelser både blandt jobcentre og virksomheder. Cabis hjemmeside, cabiweb.dk, er meget brugt, det samme gælder for konferencer, workshops og/eller oplæg afholdt af Cabi, *jf. figur 2*. Cabis konsulentfunktion er meget lidt anvendt af virksomhederne, og det er kendetegnede, at deres brug af Cabi primært er rettet imod de ydelser, som Cabi gratis eller for en mindre deltagerbetaling stiller til rådighed. Dette understøttes af observationer i de kvalitative interview, hvor særligt små og mellemstore virksomheder finder, at en udgift til rådgivning kan være en barriere i deres arbejde med rummelighed på arbejdspladsen.

Figur 2: Brugen af Cabis ydelser blandt virksomheder og jobcentre

De typer af Cabis ydelser, som virksomheder og jobcentre anvender			
Procent	Jobcentre (N=84)	VirksomhedsnetværkCabi (N=612)	Virksomheder (N=27)
Cabis hjemmeside	74	52	78
Inspirations- og værktøjskataloger, pjecer og rapporter	60	36	22
Konferencer, workshops og/eller oplæg	43	63	46
Kurser og kompetenceudvikling	39	23	37
Cabis nyhedsudsendelser	36	39	29
Skræddersyede konsultentydelser	31	5	2
Virksomhedsnetværk Cabi	26	51	22
Spørg Eksperten	7	4	8
Anden ydelse	10	5	18

Kilde: Epinion: Surveys til virksomheder, jobcentre og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi. Svar kun fra dem, der angiver at anvende Cabi.

Cabi har i de senere år arbejdet med at styrke sin eksponering gennem pressen, nyhedsbreve, sociale medier – særligt LinkedIn og Facebook – samt formidling på hjemmesiden cabiweb.dk. Antallet af unikke besøgende på hjemmesiden udgør i 2019 knap 176.000 og steg fra 2014 til 2019 med 36 pct., hvoraf en stigende andel kommer direkte eller gennem de sociale medier. Det er også på hjemmesiden, at brugerne kan finde forskelligt materiale fra Cabi, fx inspirationscases, værktøjer, pjecer, materialer fra konferencer mv. Dette fokus på digital kommunikation vurderes at være en styrkeposition hos Cabi, og selv om det ikke har slået igennem i virksomhedernes kendskab til Cabi, vurderes det at udgøre et godt afsæt for at øge kendskabet særligt blandt små og mellemstore virksomheder, der er en central målgruppe i Cabis kommunikationsindsats.

Herudover har Cabi et højt engagement fra sine nyhedsbrevslæsere og følgere på sociale medier, hvor såvel åbnings- og klikrater som likes, kommentarer og delinger ligger meget højt i forhold til andre. Det tyder på, at Cabis nyhedsbreve og indhold på de sociale medier rammer godt på relevans og formidling, og at det vækker abonnentens/følgerens interesse.

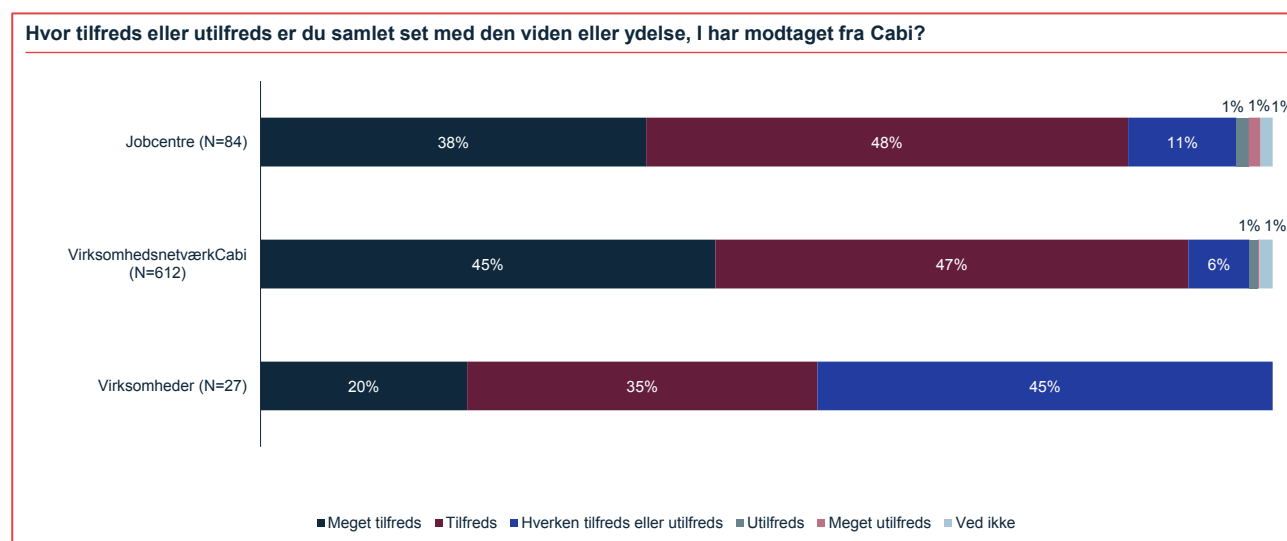
”De har rigtig høje tal for engagement, hvilket er tal på, hvor mange der klikker og liker sammenlignet med antal visninger af de enkelte opslag. [...] Det viser at dem, der aktivt følger dem, synes det, de deler, er interessant for dem. Der har de virkelig tag på en målgruppe.”

Kommunikationsekspert

Cabis rolle som netværkshus er også en af de ydelser, som flere virksomheder og jobcentre anvender. Der er i dag 4.651 unikke virksomheder, der indgår i VirksomhedsnetværkCabi, og 6.226 personer i alt, hvilket er en mindre stigning over de senere år.

Cabis brugere udviser en meget høj grad af tilfredshed med Cabis ydelser. 86 pct. af lederne i jobcentrene og 92 pct. af medlemmerne af VirksomhedsnetværkCabi er tilfredse eller meget tilfredse med Cabis ydelser, og blot 1-2 pct. erklærer sig utilfredse eller meget utilfredse, jf. figur 3. Dette er en høj score, når man ser på tilfredshedsmålinger generelt. Givet den høje grad af tilfredshed bør brugerne ses som et aktiv i udbredelsen af kendskabet til Cabi, idet de kan virke som ambassadører for andre virksomheder.

Figur 3: Tilfredshed med Cabis viden og ydelser



Kilde: Epinion: Surveys til virksomheder, jobcentre og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi.

Den høje tilfredshed gør sig gældende på tværs af Cabis forskellige ydelser. Virksomhederne i VirksomhedsnetværkCabi er generelt mest tilfredse med kurser og kompetenceudvikling, Spørg Eksperten og skræddersyede konsulenttydelser, mens jobcentrenes tilfredshed er størst for Cabis forskellige inspirations- og værktøjskataloger og Cabis hjemmeside cabiweb.dk.

Særligt ydelsernes/aktiviteternes relevans og faglige niveau vurderes højt. I de kvalitative brugerinterview fremhæver flere Cabis høje faglige niveau og deres evne til at målrette indsatser efter virksomhedernes/jobcentrenes behov og formidle dem på en måde, der let omsættes til praksis. Cabi opleves således som en aktør, der har meget stor viden om virksomhederne – en viden, de formår at bringe i spil både i forhold til andre virksomheder og i forhold til jobcentrene. Det gælder både i deres rolle som konsulenter og undervisere og i deres formidling.

Netop formidlingen fremhæver flere brugere, som et område, der er særligt godt. Det opleves både som nemt at fremsøge viden om fx love og regler på Cabis hjemmeside, og formidlingen sker også på en måde, som er let af forholde sig til som virksomhed eller jobcenter – enten fordi det illustreres via cases eller forskellige former for grafiske fremstillinger.

” Nu her i Corona-krisen, så laver de lige en superskarp og letforståelig grafik om de nye sygedagpengeregler og lægger på LinkedIn. Fantastisk. De sørger også lige for at henvise arbejdsgiverne til de lokale jobcentre for den konkrete vejledning. Det er en måde at spille hinanden gode på. ”

Jobcenter

Ligeledes udtrykker flere af de interviewede stor tilfredshed med VirksomhedsnetværkCabi, hvor de særligt peger på en god sammensætning af virksomheder i netværket og en god facilitering af møder – både i forhold til de diskuterende temaer, oplægsholdere og i forhold til at understøtte virksomhederne i at mødes og udveksle erfaringer om udfordringer og indsatser i forhold til inklusion og fastholdelse.

Den direkte effekt af Cabis indsatser er vanskelig at opgøre, da Cabi i sine indsatser altovervejende agerer igennem kommuner eller virksomheder. Effekten af en indsats kan derfor både henføres til Cabi og virksomheden eller jobcenteret - eller alle tre. Hertil kommer - som en af respondenterne bemærker - at der ikke altid sker en 'kreditering' af Cabis arbejde, når viden eksempelvis spredes mellem virksomhederne i netværket, hvilket gør, at effekten af Cabis indsatser kan undervurderes.

Både ledere i jobcentre og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi mener i nogen grad, at Cabis viden og ydelser har medvirket til et øget fokus på eller redskaber til at arbejde bedre med udsatte grupper på arbejdsmarkedet og at forebygge sygefravær og nedslidning. I lidt mindre grad svarer både jobcentre og virksomheder bekræftende på, at Cabis viden eller ydelser direkte har medvirket til en effekt, fx i form af, at flere i udsatte grupper er kommet i job eller uddannelse.

Der findes dog en sammenhæng mellem jobcentrenes og virksomhedernes vurdering af Cabis effekt og antallet af Cabis ydelser, som de anvender. Jo flere ydelser, de bruger, desto højere vurderer de Cabis effekt. Bag vurderingen af effekt ligger således, at effekten af en isoleret ydelse, fx et nyhedsbrev eller en konference, ikke opleves at være særligt stor, men hvis en virksomhed/et jobcenter anvender en bred palet af Cabis ydelser, oplever de en større grad af effekt.

I de kvalitative interview, hvor virksomheder og jobcentre har haft mulighed for at sætte flere ord på deres vurdering af effekt, tilkendegives generelt, at Cabis indsatser har understøttet dem med øget viden eller redskaber til forskellige indsatser for udsatte og nedslidte, og de oplever, at Cabi har en effekt, uden at den dog kan omsættes til et tal. Flere henviser til, at Cabi i sit arbejde med dem har

inspireret dem til at arbejde på en anden måde, fx i forhold til sygefraværsindsatsen eller det at arbejde tættere sammen med jobcentre i forhold til inklusion og fastholdelse.

” I Aalborg kommune har de lanceret ”små jobs med mening”, og jeg er mere disponeret og har mere lyst til at kigge ind i, efter jeg er blevet inspireret af Cabi, Cabi er også med til at bygge bro mellem de offentlige jobcentre og vores indsatser lokalt (i virksomheden, red.). Vi har fx haft god effekt af at have jobcentrene med til samtale med sygemeldte medarbejdere. Det er helt sikkert en afledt effekt af, at jeg har været i dialog med Cabi.”

Virksomhed

Cabi er opmærksom på behovet for at kunne følge med i effekten af deres indsatser. Det indgår derfor som pejlemærke i strategien 2019-2022, at flere virksomheder skal arbejde bedre med socialt ansvar, hvilket fordrer øget fokus på systematisk måling af resultater før og efter indsatsen.

I to af Cabis projekter, hvor Cabi spillede en mere direkte rolle i forhold til indsatsen, er der gennemført en måling af projektets effekt ved eksterne evaluatore. Det drejer sig blandt andet om projekterne 'Task force til industrien', hvor målet var at få flere flygtninge i beskæftigelse, og 'Kompensation til flere', hvor målet var øget brug af handicapkompenserende ordninger. I begge tilfælde viser slutevalueringerne, at projekternes målsætninger er mere end opfyldt, og at flere borgere i målgrupperne er inkluderet eller fastholdt i beskæftigelse end forudsat.

Cabis opnåede effekt kan derudover ses i lyset af, at Cabi via sin indsats kun skal få ~60 personer i 14-ugers ordinær beskæftigelse for, at en samfundsøkonomisk gevinst svarende til satspuljebevillingen er tjent hjem. Dette anses for sandsynligt.

3. Målopfylde af strategiske målsætninger

Cabis målopfylde i seneste strategiperiode viste generelt en høj opfyldelse af mål omkring samarbejde med jobcentre og brugertilfredshed, mens målene for indsatsen rettet imod virksomheder i mindre grad var opfyldt. Givet dette har Cabi i den nye strategiperiode øget fokus på arbejde for, at flere virksomheder er socialt ansvarlige, herunder ved et styrket samarbejde med jobcentrene. Dette ligger i tråd med udviklingen på beskæftigelsesområdet de senere år, hvor fokus har været på de virksomhedsrettede indsatser. Givet den høje brugertilfredshed og oplevede effekt af Cabi blandt brugerne anses der at være et uforløst potentiale i at øge kendskabet til og anvendelsen af Cabi blandt små og mellemstore virksomheder.

Uddybende forklaring og data

Cabi står lige nu imellem to strategier, hvor strategi 2016-2020 formelt udløber i indeværende år, men hvor den i 2018 blev erstattet af en ny strategi for 2019-2022. Hvor førstnævnte strategi har fokus på både virksomheder og jobcentre, har den nye strategi hovedfokus på virksomhederne, og jobcentrene indgår i højere grad som understøttende forandringsagent i virksomhedernes indsats.

Strategi 2016-2020 indeholdt 5 strategiske pejlemærker med varierende målopfylde i perioden, jf. figur 4. Målopfyldelsen er højst for de pejlemærker, der vedrører Cabis samarbejde med jobcentre samt brugertilfredshed, mens de ikke er opfyldt for de to pejlemærker, der vedrører virksomheders kendskab til Cabi og antal aktive medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi.

Figur 4: Målopfylde for Strategi 2016-2020

Strategisk pejlemærke	Vurderet opfyldelse
1 50 pct. af jobcentrene samarbejder med Cabi som metodeudvikler og konsulenthush	Opfyldt. I 2018 samarbejdede 40 pct. af jobcentrene med Cabi – en stigning fra 20 pct. i 2016.
2 70 pct. af jobcentrene anvender Cabi til at styrke deres samarbejde med virksomhederne	Delvist opfyldt. I 2018 anvendte 60 pct. af jobcentrene Cabi til at styrke deres samarbejde med virksomhederne i form af oplæg, kurser og forløb med fokus på virksomhedssamarbejde – en konstant andel siden 2016
3 30.000 virksomheder med 2+ ansatte kender Cabi	Ikke opfyldt. I 2017 kendte 18.000 virksomheder til Cabi. Andelen siden har været konstant.
4 4.000 aktive medlemmer i Virksomhedsnetværk Cabi	Ikke opfyldt. Antallet af aktive medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi var i 2018 2.000 – konstant siden 2015.
5 85 pct. af Cabis kunder er tilfredse/meget tilfredse med opgaveløsningen	Opfyldt. Brugertilfredsheden med Cabis opgaveløsning har varieret mellem 94-100 pct. i perioden.

Kilde: Data fra Cabi samt Epinion survey til virksomheder

Afledt heraf indeholder den nye strategi 2019-2022 et øget virksomhedsrettet fokus, der bl.a. afspejles af, at Cabis ambition nu er at: *”at gøre det attraktivt og lettere for flere virksomheder at være socialt ansvarlige arbejdspladser.”*

De foreløbige – og meget indledende - tal for målopfyldeisen viser, at der er en stigende tendens i andelen af virksomheder, der anvender Cabis viden og redskaber fra 2,7 pct. af virksomhederne i 2017 til 4,5 pct. i 2020, der dog ikke er statistisk signifikant. Tilsvarende er antallet af konsulentopgaver, Cabi har løst for private virksomheder i 2019, øget fra 3 til 8 opgaver.

Til gengæld er kendskabsgraden til Cabi blandt virksomheder uændret, og det samme er antallet af virksomhedsmedlemmer af VirksomhedsnetværkCabi. I lyset af brugernes høje tilfredshed og den oplevede effekt af Cabis ydelser vurderes der at være et uforløst potentiale i at udvide virksomhedernes kendskab til og anvendelse af Cabi og at øge deltagelsen i VirksomhedsnetværkCabi. Det gælder i særlig grad de små- og mellemstore virksomheder, hvor kendskabet til Cabi ikke er særligt stort, og hvor de qua deres størrelse vil få meget ud af at blive understøttet i deres indsats for at skabe en rummelig arbejdsplads.

Ligeledes er væsentligt for Cabi at fastholde fokus på at støtte kommunerne i deres samarbejde med virksomhederne, da andelen af kommuner, som via oplæg, kurser, forløb eller telefonisk rådgivning samarbejder med Cabi om at styrke samarbejdet med virksomheder er konstant på knap 40 jobcentre. Med til dette hører dog, at 90 pct. af ledere i jobcentrene anvender Cabi ydelser generelt, hvilket også indeholder formidling af viden omkring samarbejde med virksomheder blot ikke i form af oplæg mv.

4. Cabis rolle på beskæftigelsesområdet nu og fremover

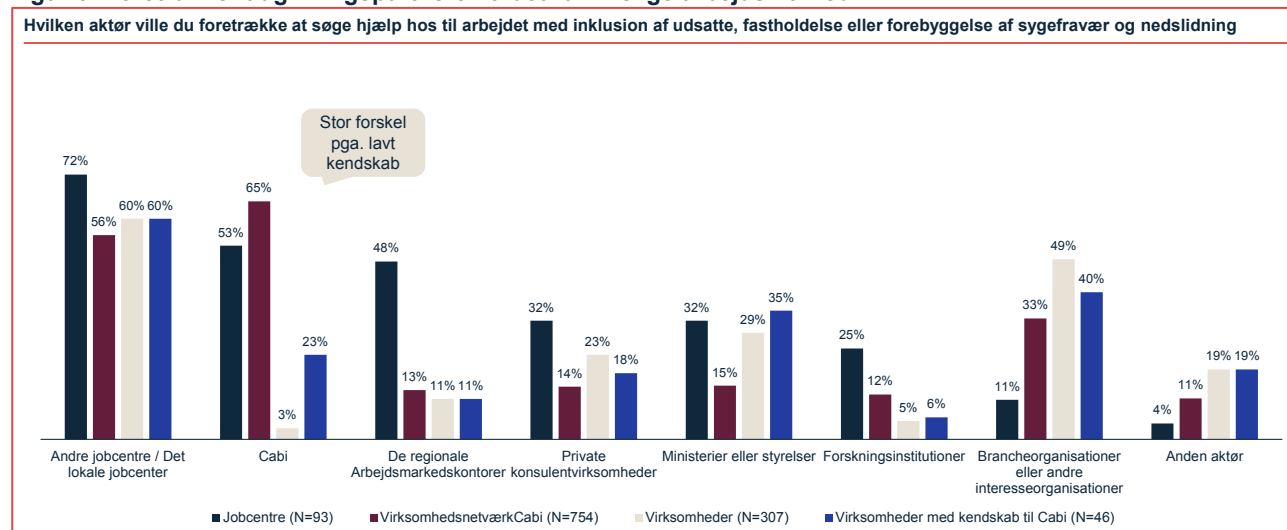
Cabi er en helt central sparringspartner på beskæftigelsesområdet blandt sine brugere og opleves som troværdige, professionelle og kompetente. Cabis netværk af virksomheder og formidling af bl.a. lovstof og praksis opleves at være noget, som adskiller Cabi fra andre aktører på beskæftigelsesområdet, og som vil falde bort, hvis Cabi ikke fortsat støttes. Bevillingen bidrager til, at Cabi kan fastholde et højt vidensniveau, og at man når ud til alle uanset geografi og betalingsevne. Den gratis adgang til viden og redskaber af høj kvalitet og netværk har en værdi i arbejdet med at inkludere og fastholde udsatte og forebygge sygefravær og nedslidning.

Uddybende forklaring og data

Virksomhedssurveyen viser, at det altovervejende flertal af virksomheder med 5+ ansatte svarer, at de har fokus på socialt ansvar. En del virksomheder, der ikke kender Cabi, ville også benytte det, hvis der var ét sted, hvor man let kunne få viden og værktøjer til arbejdet med det rummelige arbejdsmarked. De søger primært viden og værktøjer samt netværk og kun i mindre grad efter konsulentbistand. Den viden og de netværksaktiviteter, som Cabi faciliterer og formidler, efterspørges således også af virksomheder, som ikke kender Cabi.

Cabi har fået placeret sig som en helt central sparringspartner for virksomheder og jobcentre i indsatsen for det rummelige arbejdsmarked. Cabi er den foretrukne sparringspartner for medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi, og den næstmest foretrukne blandt jobcentre, jf. figur 5, foran alle andre aktører på området – både myndigheder, organisationer og private aktører. Blandt virksomheder, der kender Cabi, vil knap hver fjerde vælge Cabi som sparringspartner, men blandt disse virksomheder er Cabi mere én aktør blandt flere, som man vil vende sig imod for sparring. Dette kan støtte, at der er et potentiale i at øge brugen af Cabis viden og værktøjer blandt disse virksomheder, og generelt at øge kendskabet til Cabi blandt virksomheder.

Figur 5: Foretrukne rådgivningspartnere ift. det rummelige arbejdsmarked



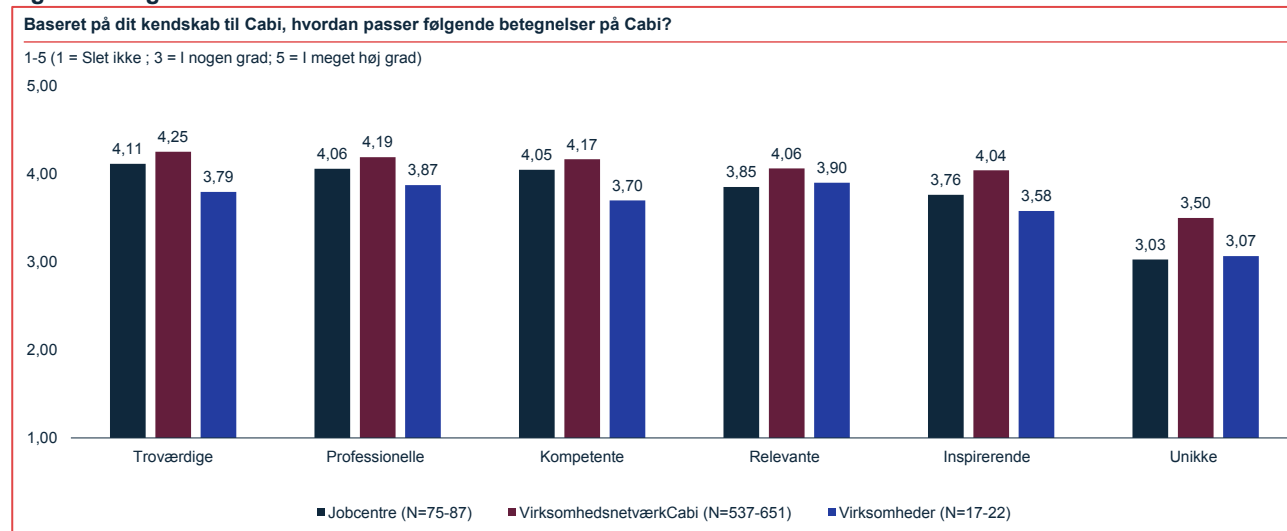
Kilde: Epinion: Surveys til virksomheder, jobcentre og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi. Respondenterne har haft mulighed for at vælge op til tre aktører.

” For mig er det vigtigt, at Cabi er til for Danmark. Det er et rigtig vigtigt sted at have. Det er det eneste videnshus, som prøver at sætte kød og blod på det, som for mange virksomheder kan være rigtig svært at forstå: Hvorfor skal man tage én ind, der ikke har været på arbejdsmarkedet de sidste 15 år? ”

Virksomhed

Cabis position på beskæftigelsesområdet hænger sammen med, at de i høj grad opleves som troværdige, professionelle og kompetente særligt blandt lederne i jobcentre og medlemmerne af VirksomhedsnetværkCabi, jf. figur 6.

Figur 6: Brugernes karakteristik af Cabi



Kilde: Epinion: Surveys til virksomheder, jobcentre og medlemmer af VirksomhedsnetværkCabi. 'Ved ikke'-besvarelser er frasorteret i udregningen af gennemsnit.

Blandt brugerne og stakeholdere fremhæves især Cabis formidlingsmæssige kompetencer og virksomhedsnetværkene som styrker og som noget, der gør Cabi til noget særligt. Cabi lykkes med at gøre sin viden brugbar for virksomheder og kommuner ved at være praksisnære i deres kommunikation. Samtidig udgør de én indgang til viden, men hvor der samtidig henvises til de lokale jobcentre for konkret vejledning. Ligeledes giver Cabis tætte kobling til virksomhederne via netværkene en solid forståelse af virksomhedernes behov, som Cabi kan formidle til jobcentrene og på den måde understøtte deres virksomhedsrettede arbejde. Ligeledes kan virksomhederne i netværkene udgøre en potentiel rugekasse af virksomheder, der kan bidrage til rummelighedsdagsordenen med input eller som laboratorium for udvikling af indsatser.

Cabis bevillingskonstruktion med delvis grundbevilling; delvis indtægtsdækket virksomhed er med til at understøtte Cabis position på beskæftigelsesområdet. Flere brugere fremhæver, at dette er med til at fastholde et højt vidensniveau i Cabi, og at de i deres rådgivning fremstår neutrale. Ligeledes når Cabi bredt ud uanset geografisk beliggenhed - både i forhold til rådgivning, og når de prioriterer at afholde arrangementer bredt i hele landet og ikke kun i de store byer.

” De er pengene værd. Men hvis de samtidigt skal kunne have ro på og byde ind, hvor de ser behov uden at skulle levere en opgave hver anden måned, som de får penge for, så kræver det en eller anden form for grundbevilling. Det kræver, at der er nogle, som sørger for, at de findes. Det er ligesom et busselskab. Hvis man skal tjene alle penge selv, ville man sætte busser ind mellem Aarhus og København. Ingen gider at sætte busser ind mellem Maribo og en anden by. ”

Virksomhed

Det samme gælder i Cabis fondsfinansierede projekter, hvor den viden, der genereres her, kan spredes ud til alle via formidlingsplatforme og netværk. Ligeledes fremhæver flere af de interviewede virksomheder, at de oplever det som værdifuldt, at Cabi stiller viden og ydelser af høj kvalitet og relevans gratis til rådighed særligt for små og mellemstore virksomheder. Samtidig har de mulighed for at tilkøbe 'ekstra' ydelser fra konsulenthuset ved behov.

” Cabis styrke er, at de favner bredt, og at de er rettet imod virksomhederne. Særligt som lille eller mellemstor virksomhed er man skræmt over udgiften til rådgivning, men Cabi gør viden tilgængelig for alle. Og når så man er kommet i gang med en indsats, kan man koble mere på. Men det vigtige er, at der er adgang til viden. ”

Virksomhed

For flere af Cabis brugere er der ikke tvivl om, at Cabi spiller en central rolle for deres arbejde med trivsel, fastholdelse og inklusion af udsatte, og de vil opleve det som et tab, hvis ikke Cabi kan bestå på samme måde fremover. Det skyldes i særdeleshed den position, som Cabi i de seneste år har opbygget, med en solid videns- og formidlingsplatform og netværkene, som vil blive påvirket af en halvering af grundbevillingen. Dette vil sandsynligvis have en negativ betydning for virksomhedernes parathed og evne til at arbejde med socialt ansvar.

Der er dog også virksomheder, som peger på, at de om nødvendigt vil kunne finde en erstatning for Cabis ydelser blandt nogle af de andre aktører på beskæftigelsesområdet, men at det muligvis kan koste på kvaliteten. Ligeledes stiller nogen sig tvivlende overfor, om Cabis indsats er afgørende for indsatsen over for borgerne, dvs. om der er en direkte effekt af Cabis arbejde.

Givet at Cabi kun virker indirekte via jobcentre og virksomheder, er det vanskeligt at måle den direkte effekt af Cabis bevilling. Ses i stedet på antallet af ledere i jobcentre og medlemmer af Virksomhedsnetværk Cabi, som oplever, at Cabis indsats har en effekt, og det relativt lave antal udsatte, som Cabi skal bidrage til at få i beskæftigelse i forhold til satspuljebevillingen, er det evaluators vurdering, at Cabi med stor sandsynligvis samfundsøkonomisk tjener sig hjem.

5. Epinions anbefalinger

- Baseret på evalueringen er det evaluators anbefaling, at Cabi:
- Fastholder de nuværende tre roller i form af videns- og udviklingsrollen, netværksrollen og konsulenthusrollen, da dette udgør en styrke i forhold til andre aktører på området.
- Fortsat arbejder på at udbrede kendskabet til og anvendelsen af Cabi særligt blandt små og mellemstore virksomheder. Det kan med fordel kvalitativt undersøges, hvorfor anvendelsesgraden er særligt lav blandt de små virksomheder – om det skyldes manglende behov, forkert målretning af ydelser eller andre forhold.
- Holder fokus på at vedligeholde og udvikle VirksomhedsnetværkCabi til at omfatte flere virksomheder. Det bør overvejes, om medlemmerne i endnu højere grad kan inddrages som ambassadører med fokus på at fortælle, hvad de får ud af at deltage i netværket.
- Fastholder fokus på indsatser rettet imod den kommunale beskæftigelsesindsats i forhold til at understøtte samarbejdet mellem denne og virksomhederne. For virksomhederne er det vigtigt, at jobcentrene taler deres sprog, og fra jobcentrene er der interesse i at få mere viden om virksomhedernes behov.
- Arbejder aktivt med at tænke forankring ind i de indsatser, hvor Cabi i dag spiller en aktiv rolle for at skabe forandring. Konkret gælder fx behov for en tydelig forventningsafstemning med de regionale netværk, hvis de på sigt skal kunne videreføres uden Cabis indsats.
- I endnu højere grad har fokus på måling af effekt både i form af brugernes oplevede effekt af Cabis ydelser og decideret effektmåling af konkrete indsatser. Dette vil styrke Cabis mulighed for at sandsynliggøre egen nytteværdi for Cabis interessenter.

Epinion Aarhus

Hack Kampmanns Plads 1-3
8000 Aarhus C
Denmark

T: +45 87 30 95 00

E: aarhus@epinionglobal.com

Epinion Brussel

Brussel nationaal bus 25
1930 Zaventem
Belgium

E: contact@epinionglobal.com

Epinion Copenhagen

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N
Denmark

T: +45 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

Epinion Hamburg

Ericusspitze 4
20457 Hamburg
Germany

T: +43 (0)699 13180416

E: hamburg@epinionglobal.com

Epinion London

D'Albiac House (room 1015-1017)
Cromer Road, Heathrow central
area, Hounslow, TW6 1SD

T: +44 (0) 7970 020793

E: london@epinionglobal.com

Epinion Malmö

Adelgatan 5
21122 Malmö
Sweden

E: contact@epinionglobal.com

Epinion Singapore

60 Paya Lebar Road
#08-43 Paya Lebar Square
Singapore

E: contact@epinionglobal.com

Epinion Stockholm

Terminal 4 plan 4
Office no. 4309B
19045 Stockholm/Arlanda
Sweden

E: contact@epinionglobal.com

Epinion Vienna

Hainburgerstrasse 20/7
1030 Kefnna
Austria

T: +43 (0)699 13180416

E: kefnna@epinionglobal.com

Epinion Vietnam

11th Fl, Dinh Le Building,
1 Dinh Le, Dist. 4, Hcmc
Vietnam

T: +84 28 38 26 89 89

E: hcmc@epinionglobal.com