

## Samenvatting presentaties

**Laura Veza-Visan** neemt ons mee in ESCO, een meertalige website voor classificatie van Europese skills, competenties en beroepen. [ESCO](#) is onderdeel van de strategie Europa 2020.

**Christine Völkl** test eerst onze kennis van Europass. Gelukkig zit er aardig wat kennis in de zaal. Ze laat zien hoe Europass in te zetten met nadruk op 2023, het jaar van de skills. Vervolgens laat Maxine Sundara Segara in vijf minuten aan de hand van een casus zien hoe Europass kan helpen bij het realiseren van carrièrewensen.

**Hrvoge Grganovic** laat zien hoe MKB werknemers hun carrière pad kunnen vormgeven met Europass. Hij laat hier meerdere paden en tools voor zien.

## Workshops

**Workshop A1:** Daniëlla van Uden en Eva-Maria Ternité van Euroguidance Nederland geven een workshop waarin zij de verkenning *Hoe bereiken we kwetsbare doelgroepen voor loopbaanbegeleiding?* presenteren. Vervolgens gaan drie groepen met een open space werkvorm uiteen om te werken aan de thema's:

- Target groups
- Policy and Practice
- Communication

Uit de gesprekken in de drie groepen komt een aantal interessante aanvullingen op de verkenning vanuit de aanwezigen. Hieronder een aantal inzichten/ervaringen:

- Het is daadwerkelijk de moeite waard om doelgroepen te identificeren en daar het aanbod op aan te passen, want elke groep heeft andere behoeftes.
- Een participant gaf bijvoorbeeld aan dat zij bij campagnes gericht op jongeren gebruik hebben gemaakt van influencers.
- Een doelgroep uit (Oost-Europese) industrielanden: jonge werknemers die in fabrieken werken zijn door werkgevers van school geplukt en maken nooit hun school af, laat staan een opleiding. Op het moment dat de economische situatie is gewijzigd en de fabriek haar deuren sluit, is deze werknemer ongeschoold en zal moeite hebben om ander werk te vinden.
- De samenwerking van informele en formele begeleiding is krachtig.
- Een voorbeeld uit Frankrijk: jongeren gaan een contract aan met loopbaanprofessionals voor een traject van minstens een half jaar voor 15-20 uur LOB per week en krijgen hier een vergoeding van 420-520 Euro per maand voor.
- Samenwerking met experts en stakeholders is heel belangrijk.

**Workshop B3:** *Greening youth information services* door Grazie Cannarsa & Ghiță Kraszuk van Eurodesk Belgium. Eurodesk Belgium presenteert de publicatie 'Greening youth information services'. Hierin staan tips hoe een organisatie duurzamer kan worden. In de workshop worden de participanten aangespoord om na te denken over het milieu & greenwashing. Op de website

<https://eurodesk.eu/green-publication/> staan tips voor de doelgroep (jongeren) om 'groener' te worden.

**Workshop B4:** *Labour market management skills among career practitioners: tackling increasing complexity.* Een uitkomst van de pandemie was het inzicht dat digitale service heel goed kan werken. Uit onderzoek in de UK blijkt dat de meeste vacatureteksten onduidelijk zijn over de werkuren, de werkgever en het loon. De getoonde arbeidsmarktinformatie van ISA (onderzoeksinstituut in Duitsland) roept de volgende vragen/inzichten op:

- Wat betekent dit voor professionals in arbeidsbemiddeling?
- Arbeidsmarkt is zeer complex, pulserend (pulsing) en veranderlijk.
- Loopbaaninformatie is vaak gefragmenteerd of ongecontroleerd
- Data verzameling en -analyse biedt veel mogelijkheden voor arbeidsmarktinformatie

Provocatieve vragen:

- Traditionele, op enquêtes gebaseerde arbeidsmarktinformatie - betrouwbaar of onbetrouwbaar?
- Aggregaties in arbeidsmarkt-taxonomieën (zoals ISCO) - bruikbaar of onbruikbaar?

**Workshop C2:** *Creating synergies between Euroguidance and Europass* door Mia Trcol van Euroguidance & Europass Kroatië.

Mia Trcol is de coördinator van Euroguidance én Europass Kroatië. In deze workshop vertelt ze haar ervaringen met de twee netwerken en de samenwerking ertussen. Ze geeft verschillende voorbeelden over hoe je 'synergies' kunt creëren in beide netwerken:

- Euroguidance heeft een e-course gemaakt over Europass. Bij een uitleg over Europass komen namelijk ook vragen naar voren die eigenlijk onder Euroguidance zouden vallen. Iemand die voor het eerst gaat solliciteren en daarom Europass gaat gebruiken kan bijvoorbeeld ook vragen hebben zoals: ziet mijn CV er zo goed uit? Willen recruiters in Frankrijk wel of geen foto op een CV zien?
- Ze hebben een korte video gemaakt over hoe je een goed CV maakt met behulp van Europass. Hiervoor werd het bakken van een taart als metafoor gebruikt.
- Als ze een event organiseren krijgt het veel meer (media)aandacht als meerdere netwerken het samen organiseren.

**Workshop D2:** *Some good practices and sowing the seeds for an inclusive mindset* door Miriam Awad en Petra ómarsdottir (Eurodesk/Europass IJsland).

Allyship – de organisatie is actief bezig met het betrekken van iedereen bij je organisatie.

Tokenism – de organisatie heeft een aantal leden van minderheden in dienst en daar blijft het bij. Dan is er nog steeds geen sprake van echte inclusie.

De adviezen van Miriam Awad: hou het gesprek over inclusie gaande en wees heel geduldig want een verandering op dit vlak kost veel tijd. Wat hierbij helpt zijn live gesprekken met de hele groep betrokkenen waarbij je mensen uitnodigt om ook de ongemakkelijke dingen uit te spreken. Inclusie start van binnenuit!

Een voorbeeld van bewustzijn over inclusie: weet jij wat alt tekst is? Nee? Het is de toets combinatie die slechtzienden gebruiken om plaatjes op het internet te kunnen herkennen.

**Workshop D3:** *The new normal activities' format* door Ramon G. M. Magi van Eurodesk Italië.

Tijdens de coronapandemie moesten alle trainingen & cursussen online worden gegeven in plaats

van fysiek. Online cursussen (voor het verkrijgen van kennis) bleken in veel situaties redelijk goed te werken. Echter online training activiteiten bleken veel minder succesvol. Nu de wereld weer lijkt op te starten na de pandemie worden veel activiteiten weer face-to-face. De vraag van deze workshop is hoe een 'blended approach' (dus zowel online als fysiek) trainingen en cursussen kan verbeteren. Er komt onder andere naar voren in de workshop dat het van een aantal zaken afhangt of een online, fysieke of blended cursus of training het beste werkt:

- Reisafstand van de deelnemers (als de genodigden ver moeten reizen is het beter om (deels) online te doen).
- De inhoud: is het leerdoel verbeteren van kennis of het verbeteren van skills? (bij de laatste is fysiek beter).

Ook is een discussie over certificering: in veel landen zijn certificaten heel belangrijk voor werkgevers. Niet alleen de skills die de deelnemers hebben zijn belangrijk, maar ze moeten het voornamelijk kunnen aantonen met een certificaat. Echter, in sommige landen vinden recruiters of werkgevers dit veel minder interessant, maar willen ze iemand die bij hun team past en op de werkvloer goed werkt. Het is dus iets cultureels: sommige geven de voorkeur aan certificaten, maar andere weer een carrière & levenservaring.

**Workshop E1:** *How social media impacts youth's selection of profession* door Dainius Jakučionis van Euroguidance Lithuania.

Dainius wilde eigenlijk een presentatie geven over onderzoek dat is gedaan naar de vraag hoe social media loopbaankeuzes van jongeren beïnvloedt. Echter, hij kwam erachter dat er nog geen onderzoek is gedaan naar dit onderwerp. Hij presenteert daarom statistieken die laten zien hoe belangrijk internet en sociale media in iedereen's leven is. Vervolgens wordt er in groepen gediscussieerd over de impact van sociale media op ons eigen leven, en op het leven en de loopbaankeuzes van jongeren.

**Workshop E4:** Guacomo Builon (Europass België) geeft de workshop *The hidden potential behind Digital skills self-assessment in Europass*.

Test your digital skills.

Eerste vragen gaan over zelfreflectie, dan volgen de kennisvragen (er zit een itembank van 300 vragen achter). Er zijn vijf competentiegebieden die worden gedekt door de vragen.

Het is adaptief, het aantal vragen ligt niet vast, maar hangt van de antwoorden af. De resultaten (feedback) worden in een rapportage in pdf weergegeven. De deelnemers van de workshop krijgen de opdracht om een pitch voor te bereiden voor verschillende doelgroepen per subgroep.