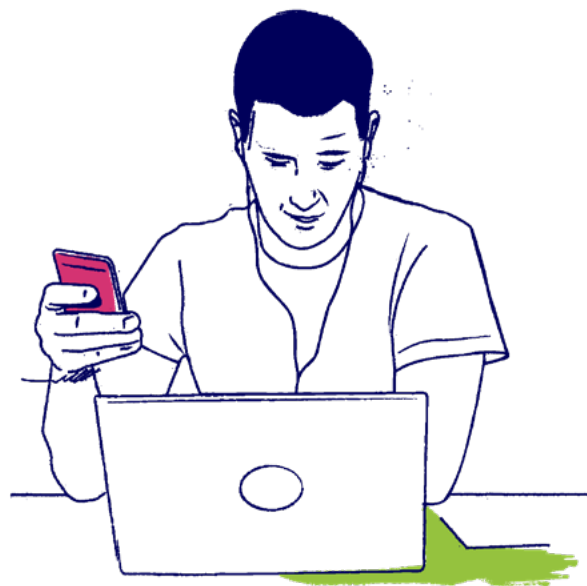




Strategier för att motivera arbetslösa att söka jobb

Sammanfattning

Denna rapport sammanfattar en omfattande studie som undersökte om enkla e-postmeddelanden från Arbetsförmedlingen kan påverka arbetssökandes motivation att söka jobb. Studien genomfördes mellan juni 2020 och juni 2022 och omfattade cirka 200 000 nyinskrivna arbetssökande. Två olika typer av meddelanden testades: kontrollerande meddelanden som betonade regler och krav, samt uppmuntrande meddelanden som fokuserade på de arbetssökandes egna drivkrafter och förmågor.

Resultaten visar att båda typerna av meddelanden ledde till att fler arbetssökande lämnade in sina aktivitetsrapporter. Trots detta uppnåddes inte syftet att öka jobbsökandet. De uppmuntrande meddelandena ledde istället till att män sökte färre jobb vilket minskade deras chanser att hitta ett arbete, medan kvinnor inte påverkades alls. De kontrollerande meddelandena hade negativa effekter för arbetssökande med stark egen motivation. Studien visar att enkla digitala meddelanden inte ökar motivationen att söka jobb vilket indikerar att det behövs mer omfattande och anpassade insatser.

Vikten av att behålla motivationen

För de flesta människor utgör arbetet en central del av ett meningsfullt liv. Ett arbete ger inte bara en inkomst utan också social gemenskap, struktur i vardagen och möjligheter till personlig utveckling. När någon blir arbetslös uppstår därför ofta en stark önskan att snabbt återgå till arbetslivet. Vägen tillbaka till arbetslivet går genom aktivt jobbsökande, men detta är en process som kan vara både tidskrävande och känslomässigt påfrestande.

Att söka jobb innebär att man investerar tid och energi i att skriva ansökningar, förbereda sig inför intervjuer och hantera besked om att man inte fått jobbet. När arbetslösheten drar ut på tiden blir det allt svårare att upprätthålla motivationen, särskilt för dem som får upprepade avslag. Tidigare forskning har visat att sannolikheten att få ett arbete minskar ju längre arbetslöshetsperioden varar, och en bidragande orsak är att många arbetssökande minskar sin sökintensitet över tid (Kroft m.fl. 2016; Faberman & Kudlyak 2019; Alvarez m.fl. 2024; Lalive m.fl. 2025). Detta gör frågan om hur den arbetssökande kan stöttas för att upprätthålla ett aktivt jobbsökande central för arbetsmarknadspolitiken.

Två olika vägar till motivation

Forskning om motivation gör ofta en jämförelse mellan "morötter" och "piskor" som metoder för att påverka beteende. Ekonomiska studier pekar på vikten av kontroll och sanktioner för att säkerställa att arbetssökande fortsätter att söka jobb aktivt (Black m.fl., 2003; van den Berg m.fl., 2004; Abbring m.fl., 2005; Mc Vicar, 2008, 2010; van der Klaauw and van Ours, 2013; Arni och Schiprowski, 2019; van den Berg och Van der Klaauw, 2019). Psykologisk forskning visar samtidigt att inre motivation, där drivkraften är egna mål och värderingar, ofta leder till mer varaktiga och positiva resultat (da Motta Veiga och Gabriell, 2016, Deci m.fl., 2017, Koen m.fl., 2015, 2016; van der Vaart m.fl., 2020, och Vansteenkiste m.fl. 2004, 2005).

För att undersöka hur de olika metoderna påverkar de arbetssökandes motivation genomförde Arbetsförmedlingen tillsammans med forskare inom psykologi och nationalekonomi en studie som bygger på självbestämmandeteorin. Det är en välkänd teori inom psykologin som skiljer på två huvudtyper av motivation (Deci & Ryan 1985; 2000; 2008; 2012). Autonom (uppmuntrande) motivation innebär att en person utför en uppgift för att den känns meningsfull och i linje med hens egna värderingar. Kontrollerande



Forskning om motivation gör ofta en jämförelse mellan "morötter" och "piskor"

motivation innebär istället att en person handlar på grund av yttre press, regler eller information om konsekvenser. Enligt självbestämmandeteorin kan båda typerna av motivation påverkas av hur man kommunicerar med människor. Studien inleddes därför med en enkät med syfte att mäta de arbetssökandes initiala motivation, d.v.s. hur motiverade de arbetssökande var att söka jobb vid början av arbetslösheten. Enkäten mätte både kontrollerande och autonom motivation.

Test av två strategier för kommunikation

Genom att skicka olika typer av e-postmeddelanden till två grupper av arbetssökande kunde forskarna jämföra effekterna av kontrollerande respektive uppmuntrande budskap på jobbsökande och jobbchanser.

För att se vilken typ av budskap som bäst motiverade arbetssökande att söka jobb så utformades två typer av meddelanden. De var ungefär lika långa och hade samma övergripande innehåll. Det som skilde dem åt var tonen och hur budskapet formulerades.

De kontrollerande meddelandena fokuserade på regler, skyldigheter och konsekvenser av att inte följa reglerna. De använde formuleringar som "du är skyldig att", "Arbetsförmedlingen kräver" och "om du bryter mot reglerna riskerar du avstängning från ersättning". Tonen var formell och opersonlig.

De autonoma meddelandena fokuserade istället på de arbetssökandes egna mål, förmågor och självbestämmande. De använde formuleringar som "du kan välja att", "vi tror på din förmåga" och "dina personliga mål är viktiga". Dessa meddelanden betonade också förståelse och stöd och använde en mer personlig ton.

Alla meddelanden innehöll en länk till Arbetsförmedlingens hemsida med tips för arbetssökande, exempelvis hur man skriver ett bra CV eller förbereder sig inför en jobbintervju.

Resultat: Övåntade effekter av båda strategierna

Båda typerna av meddelanden ledde till att de arbetssökande oftare lämnade in sina månatliga rapporter om sökta jobb till Arbetsförmedlingen (s.k. aktivitetsrapporter).

Eftersom de kontrollerande meddelandena betonade vikten av att följa regler och lämna in rapporter så förväntades en något större



Forskarna kunde jämföra effekterna av kontrollerande respektive uppmuntrande budskap

effekt på rapporteringsfrekvensen än för de uppmuntrande meddelandena. Detta bekräftades även av resultaten i studien.

Trots att fler arbetssökande lämnade in sina aktivitetsrapporter, oavsett typ av meddelande, uppnåddes inte syftet: att öka jobbsökandet och förbättra jobbchanserna. De kontrollerande meddelandena påverkade inte antal sökta jobb eller chansen att få arbete, varken för kvinnor eller för män. De uppmuntrande meddelandena ledde, tvärt emot syftet, till färre sökta jobb och lägre chans att få arbete för män.

Effekterna av de kontrollerande meddelandena skilde sig åt beroende på den arbetssökandes egen motivation. Arbetssökande med stark inre motivation påverkades negativt av kontrollerande meddelanden. För denna grupp minskade både sökintensiteten och jobbchanserna. Det är ett exempel på en så kallad "undantvingningseffekt", där yttre press tränger undan inre motivation.

För arbetssökande som motiveras av yttre faktorer, som krav och regler, hade de kontrollerande meddelandena ingen effekt alls. En tolkning av resultaten är att för denna grupp var meddelandet redan i linje med hur de tänkte om sitt jobbsökande.

Vikten av rätt kommunikation i rätt sammanhang

Att män och kvinnor reagerade så olika på de uppmuntrande meddelandena är ett av studiens mest intressanta fynd. Tidigare forskning har visat att kvinnor tenderar att svara mer på arbetsmarknadspolitiska insatser i termer av ökade jobbchanser (Bergemann & van den Berg 2008; Card m.fl. 2018). Samtidigt finns det resultat från Sverige som visar att just när det kommer till kontrollinsatser tycks män påverkas mer (Vikström & Lombardi, 2019).

En förklaring kan vara att män och kvinnor förhåller sig olika till kontroll och självbestämmande när det gäller jobbsökande. Denna studie visar att män var mer benägna att ändra sitt beteende baserat på sin tolkning av hur strikt kontrollen är.

Lärdomar om att motivera arbetssökande

Studien visar på utmaningen med att hitta effektiva strategier för att motivera arbetssökande genom enkla insatser. Trots noggrann utformning av meddelandena baserat på etablerad

”

Syftet uppnåddes inte: att öka jobbsökandet och förbättra jobbchanserna

psykologisk teori uppnåddes inte det önskade resultatet. Varken de uppmuntrande eller de kontrollerande meddelandena ledde till ökat jobbsökande, och i vissa fall blev effekterna till och med negativa.

Studien visar både möjligheter och begränsningar med digitala motivationsinsatser och understryker komplexiteten i att påverka mänskligt beteende. Att fler arbetssökande lämnade in sina aktivitetsrapporter visar att meddelandena hade en viss effekt. Att den effekten sedan inte översattes till ökat jobbsökande eller bättre jobbchanser visar på utmaningen med att påverka motivationen med ett e-postmeddelande.

Att förstå den institutionella miljön och ta hänsyn till individuella skillnader är av stor vikt för att skapa effektiva och motiverande kommunikationsinsatser.

Så jobbar Arbetsförmedlingen

Arbetsförmedlingen genomför många olika kommunikationsaktiviteter i olika kanaler för att motivera arbetslösa att söka jobb. Dessa aktiviteter syftar till att hjälpa arbetssökande framåt i jobbsökarprocessen genom exempelvis tips och råd.

Som inskriven på Arbetsförmedlingen får arbetssökande ett första e-postutskick redan dagen efter inskrivning och sammanlagt upp till 30 utskick under det första året som arbetssökande. Som komplement görs även riktade enskilda utskick där mottagarna segmenteras utifrån parametrar som exempelvis var de bor och utbildningsnivå. Dessa utskick ger möjlighet att informera om exempelvis aktuella arbetsmarknadsutbildningar, jobbmässor, webinarier och så vidare.

Resultaten i denna studie bör som tidigare nämnts, ses mot bakgrund av de begränsningar som envägskommunikation i form av e-postmeddelanden har för att påverka beteenden. Skriftliga e-postmeddelanden fungerar bra för att förmedla enklare information, till exempel om relevanta aktiviteter, påminnelser och till viss del förväntningar på den arbetssökande.

Dessa meddelanden ger dock inte möjligheten att fånga upp hur budskapen tas emot. De kan heller inte anpassas utifrån individuella utmaningar som den arbetssökande har. Samma budskap kan därför skapa olika effekter för olika personer. Resultaten i denna rapport visar att budskap som är avsedda att stärka motivationen

”

**Det visar på
utmaningen
med att påverka
motivationen
med ett e-post-
meddelande**

och öka jobbsökandet kan tolkas på andra sätt än avsett och till och med ge ett motsatt resultat.

En slutsats är därför att skriftlig motiverande kommunikation via e-post ska ses som ett komplement till andra insatser, snarare än som ett fristående verktyg för att påverka arbetssökandes beteenden.

Dialogbaserade aktiviteter som individuella samtal, coachning och återkoppling ger större möjligheter att anpassa kommunikationen efter individens situation, identifiera eventuella hinder för arbetssökandet och säkerställa att budskapen tas emot på det sätt som det var tänkt.

Det här ligger i linje med de grundläggande förändringar som det senaste året genomförts i Arbetsförmedlingens verksamhet. Målet med förändringarna är att skapa rätt förutsättningar för myndighetens medarbetare att följa arbetssökande genom hela processen – för att kunna ge rätt stöd vid rätt tillfälle. En följd är bland annat att fysiska möten mellan arbetssökande och arbetsförmedlare har ökat med 29 procent under perioden januari till augusti 2026 jämfört med samma period året innan. Ambitionen är att fortsätta öka det totala antalet kontakter, inklusive fysiska möten, successivt under kommande år.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att en kombination av standardiserad skriftlig kommunikation och mer interaktiv kommunikation har större potential att påverka den arbetssökandes faktiska aktivitet än enbart utskick av generella e-postmeddelanden.

Författare

Analysavdelningen
analysavdelningen@arbetsformedlingen.se

Presstjänsten
press@arbetsformedlingen.se

Läs mer

Hela rapporten, inklusive fullständiga referenser:
[Strategier för att motivera arbetslösa att söka jobb](#)
(arbetsformedlingen.se)



**Fysiska möten
mellan arbets-
sökande och
arbetsförmedlare
har ökat med 29
procent**

