

Faglært er Fedt: Implementeringsevaluering

Læringspunkter baseret på projektets implementering

Udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning for Faglært er Fedt

August 2023

Indhold

| | |
|--|----|
| Introduktion | 3 |
| 1 Fakta om projektet | 4 |
| Organisering | 4 |
| Projektets aktuelle status | 5 |
| 2 Evalueringens metode | 6 |
| 3 Projektets succeskriterier | 8 |
| 4 Projektets oprindelige teser | 10 |
| 5 Projektets planlagte indsatser | 12 |
| 6 Projektets faktiske implementering | 14 |
| Hvad er udført? | 15 |
| Ændringer undervejs | 15 |
| Hvad er udført? | 15 |
| Hvad er udført? | 19 |
| 7 En ekstra indsats: et lokalt samarbejdsforum med målsætning om at skaffe flere faglærte | 20 |
| 8 Læringsvurdering | 26 |
| 9 Projektets analyse- og dokumentationsudgivelser | 29 |
| 10 Anvendt litteratur (ikke færdig) | 31 |

Kontakt:

Forfatter Karin Topsø Larsen
Tlf.: 3085 7155, crt@crt.dk

Introduktion

Projekt Faglært er fedt er et pilotprojekt der er gennemført på Bornholm i perioden 2020-2023. Projektet skal udvikle og afprøve metoder til at få flere til at vælge og gennemføre en erhvervsfaglig uddannelse.

I projektet gennemføres en række aktiviteter målrettet forskellige unge og unge voksne, herunder primært unge i grundskolen og uden uddannelse, samt bornholmske virksomheder.

Det drejer sig især om kommunikative og informerende indsatser, hvis formål er at skabe positive og nuancerede billeder af hvad det vil sige at blive faglært i dag. Disse indsatser kombineres med en oversigt over lokale lære- og praktikpladser samt et katalog over virksomheder, der modtager besøg af klasser i grundskolen for at fortælle om virksomheden som arbejds- og læreplads.

Projektet har – udover sine indsatser rettet mod unge og virksomheder – et analytisk og evaluerende spor. Et af elementerne i dette spor er nærværende evaluering, der analyserer de metodiske læringer, som implementering af projektets mange pilotindsatser har ført til.

1 Fakta om projektet

Formålet med projekt Faglært er fedt er at udvikle og afprøve metoder til at få flere til at vælge og fuldføre en erhvervsfaglig uddannelse og derved imødekomme samfundets behov for mere faglært arbejdskraft. Desuden skal projektet dokumentere effekterne af kampagnens indsatser på en måde, der gør det muligt at skalere indsatserne til resten af Danmark.

Projektets udgangspunkt er at gennemføre en række metodeudviklende aktiviteter målrettet unge uddannelsessøgende og bornholmske virksomheder ud fra følgende overordnede målsætninger:

- At flere unge der er i gang med at vælge ungdomsuddannelse, opnår et mere attraktivt billede af den erhvervsfaglige vej – herunder mulighederne for uddannelse, karriere, trivsel, videreuddannelse m.m.
- At virksomhederne bliver bedre til at modtage eleverne og til at give dem et positivt forløb med høj trivsel og læring, med det formål at mindske frafald på erhvervsuddannelsernes hovedforløb.

Projektet gennemføres som et pilotprojekt på Bornholm og dets indsatser dokumenteres med henblik på at vurdere hvilke delindsatser der med fordel kan skaleres til andre dele af landet.

Organisering

Projektet ejes og drives af Business Center Bornholm (BCB), der er en kommunal erhvervsfremme og erhvervsservice enhed på Bornholm. Projektets daglige udførelse er gennemført af projektkonsulent Klaus Werner.

Projektet styres med en styregruppe bestående af repræsentanter fra BCB, støttende fond(e), Bornholms Regionskommune, bornholmske virksomheder og erhvervsorganisationer og Campus Bornholm. Formand for styregruppen er formanden for BCBs bestyrelse.

Projektet har desuden etableret et Advisory board bestående af en bred gruppe af interessenter, med henblik på at gå i dialog med mange forskellige typer af ressourcer omkring projektets indsatser og metodeudvikling.

Resonans Nordic indgår som projektpartner i projektet med henblik på at udarbejde professionel, vedkommende og målrettede kommunikationsprodukter.

Vidensinstitutionerne Tænk tanken DEA og Center for Regional- og Turismeforskning indgår i projektpartnerskabet med det formål at udarbejde analyser undervejs, der kan understøtte og tilrette projektets indsatser.

| FAKTA BOKS | |
|-------------------------|--|
| Tilskudsmodtager | Business Center Bornholm |
| Finansieringskilder | Tietgenfonden, Bornholms Regionskommune, Sparekassen Bornholms Fond |
| Projektperiode | 1.8.2020-31.10.2023 |
| Projektpartnere | Resonans Nordic, Tænketanken DEA og Center for Regional- og Turismeforskning |
| Samlet projektbevilling | 2020-2023: 4.015.000 kr. |

Projektets aktuelle status

På evalueringstidspunktet (juni-august 2023) er projektet i sin afsluttende fase.

Projektets fem hovedaktiviteter er afsluttede, og indsatsmålene for aktiviteterne er realiseret.

Projektets skaleringsindsats, hvor de indsatsmetoder der vurderes med fordel at kunne anvendes andre steder, formidles bredt ud, er pågående.

Der er desuden planlagt en afslutningskonference i september 2023. Projektejer Business Center Bornholm arbejder på at finde en varig forankring af projektets centrale indsatser i samarbejde med Bornholms Regionskommune. Det gælder den lokale praktik- og lærepladsoversigt, virksomhedskataloget og en række kommunikationsprodukter.

2 Evalueringens metode

Nærværende evaluering tager udgangspunkt i den projektbaserede læring, der er foregået i løbet af implementeringen af de forskellige indsatser i Projekt Faglært er fedt.

Projekt Faglært er Fedt har til formål at afprøve en række metoder, hvis overordnede formål er at få flere unge til at påbegynde en erhvervsuddannelse og få flere erhvervsuddannelseselever og lærlinge til at gennemføre uddannelsen, når de først er begyndt.

Projektets oprindelige målsætninger fokuserede på at øge søgningen blandt bornholmske unge til erhvervsuddannelserne, samtidig med at frafaldet skulle mindskes.

I gængse forståelser fordrer sådanne projektmålsætninger, at der gennemføres en såkaldt 'programevaluering', det vil sige en evaluering hvis grundspørgsmål er: hvis problemet er X, løses problemet så ved at udføre Indsats Y?

I projekt Faglært er Fedt er fokus på at afprøve en række forskellige indsatstyper, hvor der i løbet af projektet sker en løbende metodeudvikling. Der er således indbygget et iterativt, lærende forløb i projektet. Dermed fastholder projektet ikke en 'Indsats Y', hvorfor en traditionel programevaluering ikke er meningsfuld.

I et sådant 'set-up' er en implementeringsevaluering et brugbart værktøj. Implementeringsevalueringer indebærer en systematisk opsamling på, hvilke indsatser der er gennemført/ implementeret. De anvendes ofte til at afdække om et givent projekt er gennemført som planlagt og vurderer hvilken betydning afvigelser i den planlagte implementering, har haft på projektets resultater og effekter.

Nærværende evaluering har til formål at kortlægge de metodiske ændringer der er foretaget undervejs i projektet, at samle op på de metoder der er anvendt som resultat, og slutteligt beskrive og vurdere hvilken metodemæssig læring der er skabt i forbindelse hermed.

Der er ikke foretaget en kortlægning af milepælsopnåelse etc. Fokus er at fastholde den projektbaserede læring, til fordel for andre aktører, der ønsker at gennemføre lignende indsatser indenfor samme formål som Faglært er fedt:

- (1) At flere unge vælger en erhvervsuddannelse
- (2) At flere gennemfører en erhvervsuddannelse

Denne implementeringsevaluering komplimenterer og kvalificerer dermed dels projektets slutrapport¹, dels projektets skaleringsarbejde, hvor der gøres forsøg på at løfte læringen fra det lokale, mini-projekt Faglært er fedt til et antal konkrete indsatser der med fordel kan skaleres op og anvendes i andre lokalområder.

Center for regional- og turismeforskning, der har udført denne evaluering, er partner i projekt Faglært er fedt. Der er således tale om en intern evaluering af projektets læring baseret på projektindsatsernes implementering.

¹ Se: Resonans Nordic: *Slutrapport. Faglært er fedt*. August 2023.

Vurderingen er baseret på følgende data:

Projektets grunddokumenter: projektbeskrivelse, projektplan, kommunikations- og formidlingsplaner, dagsordener og referater med bilag udarbejdet til styregruppe og Advisory Board, samt løbende opgørelser over projektets fremdrift, herunder en forankringsplan udarbejdet af Klaus Werner.

Dertil er projektets **interne dokumentationsarbejde** anvendt: projektets baselineanalyse og midtvejsvurderinger (udarbejdet af CRT), projektets primo og ultimo kvantitative målinger (udarbejdet af Tænk tanken DEA), en telefoninterview-baseret undersøgelse blandt udvalgte medlemmer af Advisory Board samt projektets afslutningsevalueringer, der er baseret på fokusgruppeinterviews blandt projektets brugere, dvs. unge, voksne unge og virksomheder (udarbejdet af Resonans Kommunikation).

Som et centralt vidensinput er der gennemført i alt fire **kvalitative interviews** med projektkoordinator, heraf et årligt interview vedr. projektets løbende udvikle og ændrede metodeforståelser og et afsluttende, evaluerende interview med projektkoordinator Klaus Werner. Hvert interview havde en varighed på ca. 2 timer.

Endelig er der gennemført telefoninterviews med i alt seks udvalgte **medlemmer af projektets Advisory board**. Interviewpersonerne repræsenterer virksomhedsejere/ledere, fagforeninger, uddannelsesaktører og den kommunale unge og uddannelsesindsats.

3 Projektets succeskriterier

Projekt Faglært er fedts overordnede målsætninger er at flere unge skal vælge en erhvervsuddannelse og at færre skal frafalde undervejs.

Projektets oprindelige mål blev opstillet således:

- At flere unge på Bornholm skulle søge en erhvervsuddannelse. Konkret skulle andelen af unge der søgte en erhvervsuddannelse direkte fra 9./10. klasse øges til 30% ved projektets afslutning i 2023.
- At øge gennemførelsesprocenten til 70% ved projektets afslutning i 2023.

Det blev hurtigt klart i projekt Faglært er fedts arbejdsgruppe, at effekten af projektets indsatsstyper, ikke vil kunne måles i forhold til ovenstående målsætninger.

Først og fremmest var det tydeligt at den globale Covid19 pandemi, med dets lange nedlukningsperioder, herunder i uddannelsessektoren, ville påvirke de unges muligheder for at søge lærepladser, ligesom effekterne på uddannelsessøgningen var ukendte.

Derudover er ikke muligt at måle den isolerede eller direkte effekt af projekt Faglært er fedt på søgningen til erhvervsuddannelserne. Det skyldes, at uddannelsesvalg og -søgning afhænger af en lang række samspillede faktorer. Ikke desto mindre søger projektet blandt andet at påvirke de unges uddannelsesvalg gennem øget viden om det at blive faglært og med udgangspunkt i det lokale.

Dertil betyder arbejdsmarkedets konjunkturer, herunder virksomhedernes behov for faglært arbejdskraft, uhyre meget for hvor mange lærepladser virksomhederne udbyder. Det kan et enkelt projekt ikke ændre væsentligt ved. Ikke desto mindre søger projekt Faglært er fedt at øge gennemførelsen på erhvervsuddannelserne ved at arbejde for at der udbydes flere lokale lærepladser, med fokus på de fag, hvor der ikke er mulighed for at skoledelen af uddannelsen foregår på Bornholm.

Endelig er gennemførelsesprocenter på erhvervsuddannelserne uhyre komplekse at måle, da en et uddannelsesomvalg, eller -forsinkelse, ikke skal fejltolkes som et frafald. Derfor måles gennemførelse oftest ud fra hvor stor en andel af en population der har påbegyndt en erhvervsuddannelse, der har gennemført 5 år senere. Det betyder at der er forsinkelse i målingerne, hvorfor det ikke er muligt at følge et enkelt projekt og måle gennemførelsesprocenten i forbindelse med en specifik projektperiode.

Derfor blev det besluttet i stedet for at opstille faste måltal for hvor mange procentpoint uddannelsessøgningen og -gennemførelsen skulle opnå, skulle der i stedet måles på den bornholmske uddannelsessøgning og gennemførelse i forhold til den nationale udvikling.

Det anerkendes dog fortsat, at der hverken kan bevises – eller modvises – en sammenhæng mellem projektets konkrete indsatser og måltallene.

Resultater af den kvantitative analyse

Tænketaenken DEA har foretaget to registerdataundersøgelser af den bornholmske ungemålgruppe - først med tal fra senest 2019 og anden gang med tal fra 2021.

Analysens første del inkluderer alle personer, der fylder 18 år i 2000-2021 og ser på deres første påbegyndte ungdomsuddannelse. Analysen viser, at andelen af

unge mellem 15 og 18 år, der vælger en erhvervsuddannelse som deres første påbegyndte ungdomsuddannelse, er faldet i hele landet de seneste 12 år. Denne udvikling gælder også for unge bornholmere og unge i alle landkommunerne.

Analysens anden del ser på de lidt ældre mellem 19 og 25 år og mellem 26 og 35 år. På Bornholm er der lidt flere mellem 19-25 år, der hverken er i gang med eller har gennemført en ungdomsuddannelse end i hele landet og i landkommuner generelt. Det gælder også for de lidt ældre mellem 26 og 35 år. *Fra 2019 til 2021 er andelen uden uddannelse for de 19-25-årige dog faldet lidt i hele landet generelt, men særligt på Bornholm.*

På Bornholm er andelen af 19-25-årige uden igangværende eller gennemført ungdomsuddannelse, der starter på en erhvervsuddannelse, nogenlunde den samme som i resten af landet i perioden 2009-2021. *Af de 26-35-årige på Bornholm er lidt flere startet på en erhvervsuddannelse i forhold til i hele landet.*

Andelen af de 19-25-årige på Bornholm, der gennemfører en erhvervsuddannelse, svarer nogenlunde til andelen på landsplan. *Lidt flere af de 26-35-årige på Bornholm gennemfører en erhvervsuddannelse i forhold til i hele landet.*

Generelt viser registeranalysen, at de unge og unge voksne på Bornholm ikke har en markant anderledes adfærd end resten af landet. Særligt minder de om resten af landkommunerne i Danmark. Siden 2019 har der været lidt færre, der er startet på en erhvervsuddannelse, men fordi udfordringen ses i hele landet, er det mest sandsynligt, at det skal tilskrives landsdækkende tendenser – fx Corona-epidemien eller erhvervsuddannelsernes omdømme.

Tænketanken DEA vurderer ikke, at resultaterne i registeranalysen kan bruges til at udlede effekterne indsatserne i projekt Faglært er fedt, da registerdata i indsatsperioden har været så præget af samfundsmæssige forhold i den samme periode. De viser i stedet for, at erhvervsuddannelsessektoren på Bornholm står over for de samme udfordringer som resten af landet, men også rummer nogle potentialer for rekruttering og gennemførelse både hos de unge og de voksne, da tallene på Bornholm i perioder er meget positive².

² Se i øvrigt: Jakobsen, Kristian Thor, Josefine Kjær og Anne Fløe (marts 2021): *Optag og frafald på EUD, Bornholm*. Tænketanken DEA for projekt Faglært er fedt.

4 Projektets oprindelige teser

Projekt Faglært er fedt er en videreudvikling af et tidligere projekt, 'Bornholmermodellen', der ligeledes blev drevet af Business Center Bornholm med fokus på at skabe flere faglærte – primært gennem en indsats for at skabe og synliggøre flere lærepladser på Bornholm.

På basis af erfaringerne fra dette projekt, udarbejdede Business Center Bornholm fem 'teser', der skabte det faglige grundlag for projekt Faglært er Fedt.

Disse teser er:

Tese 1: Erhvervsuddannelserne og de faglige erhvervs lave prestige skyldes myter

Myter om de erhvervsfaglige uddannelser trives og tilbageholder unge fra at søge erhvervsuddannelserne. Eksempler på sådanne myter er (1) at erhvervsuddannelser er for dem, der ikke kan klare en gymnasieuddannelse, (2) at man afskærer sig fra mulighederne for læse videre; (3) erhvervsuddannelserne fører til dårlige jobmuligheder, et hårdt nedslidende fysisk og dårligt psykisk arbejdsmiljø med en hård omgangstone, hvor lærlingene trynes af de ældre svende og mester.

Projektet vil vise, at de erhvervsfaglige uddannelser tilbyder attraktive, spændende og velordnede uddannelsesmuligheder på arbejdspladser, hvor man trives og lærer en masse. Projektet vil også vise, at livet som faglært er attraktivt, med gode jobmuligheder, gode lønninger, gode muligheder for videreuddannelse og gode arbejdspladser med et attraktivt arbejdsmiljø.

Tese 2: De unge er åbne og identitetssøgende

Det er projektets tese, at målgrupperne er åbne omkring uddannelsesvalg og interesserede i at modtage og reflektere over ny viden, der er målrettet dem og deres fremtid, og taler deres sprog.

Kampagnens budskaber om faglært arbejde skal kunne give mening inden for et moderne ungdomsliv. Det er særligt vigtigt at kunne vise de unge kvaliteterne ved en uddannelse og et liv som faglært gennem positive rollemodeller fra lokalmiljøet, som de unge kan identificere sig med.

Tese 3: Gruppen af 25+ har fokus på vilkår og fremtiden

25+ er en gruppe som adskiller sig væsentligt fra gruppen af helt unge. Den består af mennesker, der ofte har forsøgt sig med forskellige uddannelses tilbud tidligere og som arbejder som ufaglærte, og som sådan kan have en stabil indtjening og et stabilt arbejdsliv.

Projektet vil samarbejde tæt med relevante interessenter (bl.a. Jobcenteret, fagforeninger og erhvervsorganisationer) med henblik på at udvikle særlige tilbud/pakker til denne gruppe. Desuden vil projektet også markedsføre livet som voksenlærling og livet som erhvervsfaglig over for disse grupper, bl.a. via rollemodeller og via kanaler, der er relevante for netop denne gruppe.

Tese 4: Lokal forankring er nødvendig

Projektets fjerde tese er, at de målgrupperne har brug for lokal forankret kommunikation, for at de kan relatere sig til budskaberne og opleve dem som troværdige og nærværende.

Målgrupperne bor enten hos deres forældre eller i egen bolig et sted på Bornholm og har venner og fritidsinteresser, der spiller en afgørende rolle i deres liv. Det er derfra deres verden udgår, og der er i denne verden, at de skal kunne se sig selv i deres erhvervsuddannelse.

Projektet vil derfor foregå inden for de unges kendte og trygge rammer – bopæl, venner, familie, fritidsinteresser, osv., på Bornholm.

Tese 5: Arbejdspladsen og eleverne skal lære hinanden bedre at kende og finde sammen i et positivt samarbejde

Projektets femte tese er, at det kan være svært for eleverne og arbejdspladserne at finde sammen i et positivt samarbejde, der sikrer fastholdelse af eleverne. For nogle i målgruppen er det første gang, at de skal være på en arbejdsplads, så de kender ikke nødvendigvis spillereglerne. Og for arbejdspladsen kan det være svært at forstå, kommunikere og imødekomme de unge på en positiv og konstruktiv måde, da de unge i dag ikke er, som da mester eller svendene selv var unge.

Projektet vil derfor målrette sig og involvere de faglige brancheorganisationer og henvende sig til de virksomheder, der er godkendt til at modtage elever, for at hjælpe dem med at kunne tage bedst muligt imod eleverne og give dem et positivt uddannelsesforløb med fokus på høj trivsel og læring.

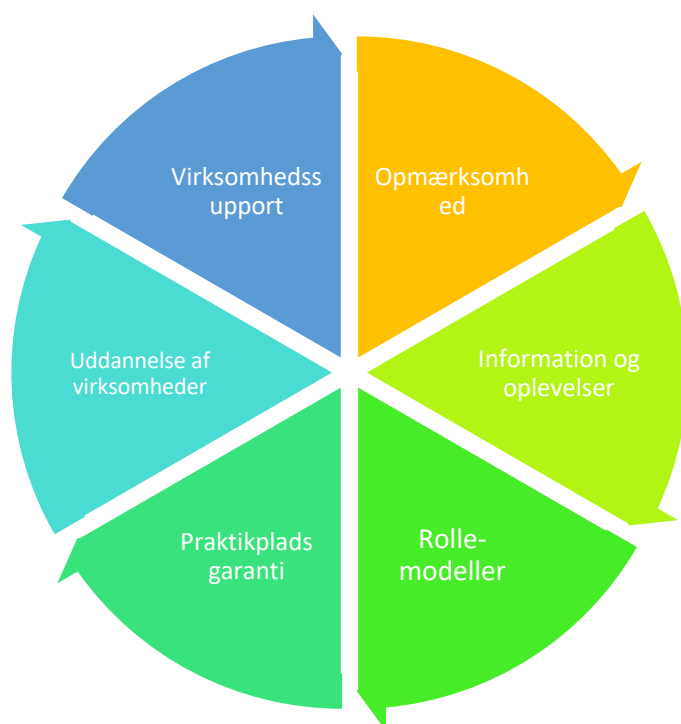
Disse teser genbesøges i evalueringens Kapitel 8: læringsvurderinger

5 Projektets planlagte indsatser

Oprindeligt var projektets indsatser planlagt til at bestå af en blanding af indsatser målrettet de unge samt de praktikansvarlige på virksomhederne.

Det var dog samtidigt struktureret således, at inden udviklingen af konkrete indsatser, skulle der foretages desktop-undersøgelser af eksisterende viden samt interviews blandt projektets Målgrupper med henblik på at etablere en baseline for projektets indsatser.

De oprindelige indsatser skitseres således:



1) Opmærksomhed

Målet er at skabe opmærksomhed omkring 'det fede' ved den faglige vej. Primær målgruppe er de unge og sekundært deres forældre. Der arbejdes med content og videoer på sociale medier, herunder etablering af "Faglært er fedt" kampagnesites på Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn og Youtube. Annoncering i lokale medier, fx videoer på TV2 Bornholm.

2) Information og oplevelser

Målet er lokalversionerede materialer og positive oplevelser til målgrupperne. Materialerne skal vise mulighederne ved den faglige vej, både uddannelses- og jobmæssig.

Oplevelserne skal vise målgrupperne, hvordan der ser ud på en faglig arbejdsplads og dermed inspirere unge til at vælge den erhvervsfaglige vej

3) Rollemodeller

Projektet tilknytter et korps af trænede rollemodeller, der selv er i gang med en faglig uddannelse.

4) Praktikpladsgaranti-ordning

Indsatsen *Praktikpladsgaranti på Bornholm* videreføres, da den udgør et vigtigt fundament for de øvrige aktiviteter.

Målet er at sikre, at der stilles så mange praktikpladser til rådighed på Bornholm som muligt. Desuden er målet at vise målgrupperne, at (1) det er muligt at få en praktikplads og (2) virksomhederne på øen bakker på om de faglige uddannelser.

5) Uddannelse af virksomheder

Målet er at lære de personer på virksomhederne, der er ansvarlige for praktikforløbene, hvordan man sikrer en god opstart og et positivt forløb med fokus på trivsel og læring.

6) Support til virksomheder

Målet er at sikre, at virksomhederne er bedst muligt klædt på til at tage godt imod en elev og derved sikre et gensidigt positivt forløb på virksomheden som muligt med både trivsel og læring.

Der udvikles værktøjer som skal understøtte trivsel og læring i virksomhederne.

6 Projektets faktiske implementering

Indsatsområderne 1 og 2: Opmærksomhed og Information og oplevelser

Indsatsområderne har et vist overlap, idet (Indsats 1) 'Opmærksomhed' hvis fokus er at vise de muligheder en erhvervsuddannelse skaber i form af jobmuligheder samt potentielle karriere- og videreuddannelsesveje, er tæt forbundet med (Indsats 2) 'Information og oplevelser', hvis formål er at skabe lokalversionerede materialer og positive oplevelser til forskellige målgrupper.

Dermed integreredes de to indsatsområder og blev internt i projektet forstået som en kommunikationsindsats, der fortæller en positiv historie om erhvervsuddannelserne, som viser at der findes et meget bredt spektrum af fag i erhvervsuddannelsessystemet, som benytter sig af den personlige fortælleform gennem brug af rollemodeller, og som tager udgangspunkt i det lokale.

Målgrupperne er (1) Unge i grundskolen; (2) Unge uden uddannelse <25 år; (3) Voksen over 25 år, men hvor projektets selvforståelse løbende var hovedfokus på de unge i grundskolen og unge op til 25 år uden for uddannelse.

Sekundære målgrupper for indsatserne er de unges forældre samt andre uddannelsesaktører, der har indflydelse på unges uddannelsesvalg, blandt andet undervisere i grundskolen og UU-vejledere.

Ved projektstart i september 2020 blev der udarbejdet en kommunikationsplan og en formidlingsplan.

Kommunikationsplanen indeholder en beskrivelse af projektets målgrupper, hovedbudskaber, visuelle identitet og hoved-kommunikationskanaler.

Formidlingsplanen indeholder en beskrivelse af hvordan projektets resultater og gode praksisser bliver formidlet videre til andre interessenter ved projektets afslutning. Der er her fokus på den skaleringsindsats der udgør den sidste del af projektets indsats. Ved udgivelse af denne evaluering er skaleringsindsatsen fortsat i gang med at blive udført.

Hvad er udført?

Projekt Faglært er fedt har i alt produceret 11 videoer med personlige historier om unge og voksne der bor på Bornholm og som har valgt at blive faglærte. Videoerne repræsenterer 11 forskellige fag og viser lærlinge i alderen 17-45 år, der er ansatte som lærlinge i forskellige bornholmske virksomheder. Personerne i filmene fortæller om dem selv og deres valgte fag, om motivationen for deres fagvalg og deres uddannelsesvej.

Der er gennemført kampagner på SOME for at gøre opmærksom på videoerne, der også er tilgængelige på YouTube. Der er ligeledes anvendt lokale medier på Bornholm som platform til kommunikation med lokale interessenter.

I tilknytning til videoerne, er der udgivet tre brochurer målrettet uddannelsessøgende. En brochure har fokus hvilke fordele der ligger i at tage en erhvervsuddannelse: positive narrativer om forskellige unge der er i gang med en erhvervsuddannelse, der kombineres med oplysninger om EUD-systemets praksisbaseret læring, løn under uddannelse og indtægtsniveau efter afsluttet uddannelse.

En anden brochure har fokus på unge der tager en uddannelse hvor de er nødt til at rejse til erhvervsskoler der ligger uden for Bornholm for at gennemføre deres

uddannelse. Brochuren viser eksempler på unge fra Bornholm der bor på skolehjem med lærere på Bornholm og giver fakta-oplysninger om skolehjem.

Projektet Faglært er fedt har gennemført en lang række oplysende indsatser for at gøre opmærksom på det udarbejdede materiale. Faglært er fedt har deltaget i Bornholms årlige uddannelsesmesse (BUM) med et uddannelsesstillæg der tilbød besøg i grundskolen, i Bornholms Regionskommunes årlige jobmesse og i en kampagne for at tiltrække flere unge til smedeuuddannelsen i 2022. Derudover har projektkonsulenten deltaget i andre uddannelsesaktørers arrangementer med oplæg, herunder fyraftensmøde i samarbejde med projekt Boost Bornholm fra Campus Bornholm, Din vej i samarbejde med UU Bornholm og Campus Bornholm.

Projektets hjemmeside: www.faglaerterfedt.dk er det centrale udgangspunkt for al udarbejdet materiale. Her er adgang til videoer, brochurer, idékataloger samt projektets øvrige centrale outputs: den lokale praktik- og lærepladsoversigt og virksomhedskataloget (se nedenfor).

Ændringer undervejs

Projektet har fulgt kommunikationsplanen og fastholdt de planlagte hovedbudskaber. For en vurdering af dette se: Resonans Nordic Evaluering og Slutrapport³

Indsatsområde 3: rollemodeller

Indsatsområde 3 'Rollemodeller', er et af de indsatsfelter der har gennemgået en større metodeudvikling. Oprindeligt var det planlagt at træne et hold af lokale rollemodeller, bestående af unge der var i gang med en erhvervsuddannelse, og tilknytte dem til projektet.

Metodisk bygger indsatsen på det korps af rollemodeller som er udviklet i regi af erhvervsuddannelsernes elevorganisation (EEO), der er et nationalt korps af rollemodeller der rejser rundt i Danmark. Dette var tiltænkt som en lokal model heraf. Desuden var det oprindeligt planen, at knytte projekt Faglært er fedt til et på ansøgningstidspunktet eksisterende korps af rollemodeller på Bornholm samt en af kommunal ung-til-ung formidling.

Rollemodellerne var tiltænkt at anvendes til en lang række aktiviteter, herunder besøg i grundskolen, som værter ved skoleelevers virksomhedsbesøg, som aktive på projektets SoMe kommunikation samt som portrætter på videoer og andet kommunikationsmateriale.

Hvad er udført?

Ved den konkrete projektstart var der ikke længere et aktivt korps af lokale rollemodeller i kommunen, da de på ansøgningstidspunktet eksisterende rollemodeller havde afsluttet deres uddannelser og kommunens indsats på området var ikke blevet forlænget. Derfor startede projektet 'fra bunden'. Projektet har fastholdt rollemodel-tilgangen i sit arbejde og har produceret 11 antal videoer som er baseret på personlige portrætter og historier, der fortæller om rollemodellens vej til den erhvervsuddannelse vedkommende er i gang med. Undervejs har projektkoordinator Klaus Werner holdt kontakt med et større antal unge, der potentielt skulle udgøre projektets rollemodeller til besøg i grundskolen og på virksomhedsbesøg.

Men det blev klart undervejs, at en sådan tilgang er uhyre ressourcekrævende. På den ene side skal oparbejdes en gruppe af unge under uddannelse der står klar til

³ Resonans Nordic (august 2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Resonans Nordic for projekt Faglært er fedt.

at 'rykke ud', mens de på den anden side skal matches med virksomheder, der ønsker besøg af unge. Rollemodellernes situation ændrer sig hurtigt og det er svært at koordinere.

Derfor besluttede projektet, at rollemodel-funktionen ikke skulle tage udgangspunkt i de unge under uddannelse, men i stedet bygges op omkring virksomheder med lærlinge, der gerne tager imod besøg af unge i grundskolen.

Resultatet er, at der er udarbejdet et online virksomhedskatalog, der indeholder oplysninger om hvilke virksomheder i lokalområder, der tager imod besøg fra fx grundskoleklasser. I kombination hermed er udviklet en metodebeskrivelse til virksomhederne for sådanne besøg. I metodebeskrivelsen opfordres virksomhederne til at de(n) ansatte lærling(e) inddrages i virksomhedsbesøget og fortæller om deres uddannelsesvej og fagvalg, samt andre oplevelser som EUD-elev og lærling.

Projekt Faglært er fedt har gennemført følgende:

- Der er etableret et online virksomhedskatalog
- Der er etableret en vejledning til virksomheder om hvordan de opretter sig som virksomhed, herunder med opfordring til at deres ansatte lærlinge integreres i virksomhedsbesøgene

En sådan model har flere fordele:

- Virksomhederne er udgangspunktet for kontakten, ikke et korps af unge der er under uddannelse. Det betyder større stabilitet i kontaktmulighederne.
- I projekt Faglært er fedt er der skabt et virksomhedskatalog over virksomheder der gerne modtager besøg fra grundskoler. Dette katalog kan anvendes af fx klasselærere eller UU-vejledere til at arrangere besøg – og igennem dette besøg få adgang til de lærlinge-ansatte på virksomheden.
- Indsatsen får derved en 'lille drejning' idet den ikke kun har fokus på den unge der har valgt en uddannelse, men på lokale virksomheder, hvad de laver, herunder mulige lokale job- og karrieremuligheder, samt på relationen mellem lærling og virksomhed.
- Det lokale element fastholdes.

At skifte til en sådan model kan have vise ulemper:

- I EEOs rollemodelindsats modtager rollemodellerne undervisning i at holde oplæg og interagere med eleverne i grundskolen. Derudover er de en del af et (landsdækkende) korps og optræder sammen to og to. Rollemodel-eleverne oplever dels at de øger deres formidlingsmæssige kompetencer, dels at deres faglige stolthed øges⁴.
- I den model som er udviklet i regi af projekt Faglært er fedt findes der ikke et korps af rollemodeller og der sker ikke en fælles undervisning, der kan forberede og udvikle EUD-elevens kommunikationskompetencer. I stedet sker kontakten igennem virksomheden, der opfordres til at deres lærlinge bliver en del af et virksomhedsbesøg. Dette kan betyde, at lærlingen ikke så meget oplever sig selv som rollemodel for en ung, der har valgt at blive faglært, men mere som en repræsentant for den virksomhed hvor de er ansatte. Hvilke effekter den konstruktion måtte have, er ikke undersøgt i nærværende evaluering, da den først er taget i brug i sidste del af projektets virke.

⁴ Se: Rambøll (2021): *Evaluering af "Vejen til en erhvervsuddannelse"*. Rapport. Villum Fonden og EEO.

Indsatsområde 4: Praktikpladsgarantiordning

Denne indsats stammer fra et tidligere projekt, nemlig 'Bornholmermodellen' der blev udviklet i perioden 2018-2020 i regi Business Center Bornholm.

Projekt Faglært er fedt har videreudviklet konceptet og indsatsen bag.

I løbet af projekt Faglært er fedt er der oprettet en online oversigt over alle praktik- og lærepladser på Bornholm.

Oversigten viser hvor mange lærepladser bornholmske virksomheder udbyder, herunder hvor mange de planlægger at udbyde i løbet af indeværende kalenderår.

I løbet af projektets sidste virke-år, er eksisterende praktikpladser blevet tilføjet til oversigten. Det betyder at skoler, forældre, UU-vejledere og de unge selv, kan orientere sig i hvilke virksomheder der tager imod f.eks. elever i 8. klasse til deres erhvervspraktik.

Arbejdet bag indsatsen indebærer kontinuerlig opfølgning over for alle virksomheder indenfor et givet lokalområde, her Bornholm. ajourføring af listen over lære- og praktikpladser og formidling af den til eleverne på grundforløbene.

Projekt faglært er fedt har etableret et online katalog for alle lærepladser og praktikpladser blandt bornholmske virksomheder. Ved evalueringens gennemførelse var 77 virksomheder tilmeldt der tilsammen udbyder lære- og praktikpladser inden for 60 forskellige fag.

En lokal lære- og praktikpladsoversigt har følgende fordele⁵:

Modsat den nationale ordning www.lærepladsen.dk giver Faglært er fedts oversigt et let overblik over det *lokale* arbejdsmarked og dets karrieremuligheder.

Derudover viser oversigten også *kommende* lærepladser, således at uddannelsessøgende har mulighed for at orientere sig på lærlinge arbejdsmarkedet i forbindelse med at de vælger uddannelse.

På et sted som Bornholm, hvor det lokale arbejdsmarked efterspørger et langt bredere antal fag end det er muligt at udbyde på den lokale erhvervsskole, kan en lokal lære- og praktikpladsoversigt vise den reelle brede i erhvervsuddannelsessystemets faglige udbud.

I forlængelse heraf, kan oversigten vise potentielle erhvervsuddannelseselever konkrete muligheder for at finde en lokal læreplads inden for fag, hvor man er nødt til at rejse væk efter skoledelen. Således kan unge, der hverken kan se sig selv tage en gymnasial uddannelse, men heller ikke føler sig motiveret til at vælge nogle af de lokalt udbudte erhvervsfag, så en smag for andre erhvervsfaglige uddannelsesfag.

Endelig er der over en samlet periode på mere end fem år, etableret en fast kontakt imellem Business Center Bornholms projektkonsulent og de virksomheder der er involveret i ordningen. Det lægger et positivt pres på virksomhederne, at de vedvarende bliver opsøgt af ordningen og skal forholde sig til deres muligheder for at udbyde lære- og praktikpladser.

Især for de virksomheder der udbyder fag som ikke udbydes på den lokale erhvervsskole og som derfor ikke har forbindelse til de lokale uddannelsesudvalg,

⁵ Afsnittet er baseret på Resonans Nordic (2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Rapport, projekt Faglært er fedt.

skaber ordningen en anledning til at virksomhederne forholder sig til deres muligheder for at udbyde en lære- eller praktikplads.

En lokal lære- og praktikpladsoversigt har følgende ulemper⁶ samt interview med projektkonsulent Klaus Werner:

Som det fremgår af projektets brugerbaserede evaluering, reagerer alle de interviewede grupper af unge (unge i grundskolen, på grundforløb og uden uddannelse) med overraskelse over, hvor mange fag der findes indenfor erhvervsuddannelserne og hvor mange virksomheder der er på Bornholm, som udbyder lære- og praktikpladser.

Men, som evalueringen også viser, ville ingen blandt ungemålgrupperne selv have opsøgt projekt Faglært er fedts hjemmeside. Dette forstærker argumentet om, at projektets mange kommunikations- og oplysningsmaterialer fordrer en faciliteret kommunikationsproces. Med andre ord, at materialerne, inklusive hjemmesiden, reelt henvender sig til de personer som de unge anvender som deres væsentligste kilder til inspiration, sparring og information vedr. studievalg. Det vil sige, at de oplysninger der ligger om lære- og praktikpladsmulighederne på Bornholm primært henvender sig til forældre, skolelærere og UU-vejledere som baggrundsviden for deres samtaler med unge om uddannelsesvalg.

Endeligt er det vigtigt at pointere, at der er tale om en indsats der kræver et vist ressourcegrundlag. Projektkonsulenten har oparbejdet listen med virksomheder som han er i kontakt med over en femårig periode. Der er tale om en 'håndholdt' indsats, der kræver en vedvarende opfølgning.

Indsatsområde 5: Uddannelse af virksomheder og Indsatsområde 6: Virksomhedssupport

Udgangspunktet for indsatsområderne 5 og 6 var en forudforståelse ved projektstart af, at manglende viden i virksomhederne om hvordan man modtager og planlægger gode lærepladsforløb, er en central grund til at en relativt høj andel af EUD-elever ikke gennemfører deres uddannelsesforløb.

Målet med den oprindelige indsats var at lære de ansvarlige for praktikforløbene i virksomhederne, hvordan man sikrer en god opstart og et positivt læringsforløb med fokus på god trivsel og læring.

De oprindelige indsatser skulle bestå af udarbejdelse af undervisningsmateriale i samarbejde med virksomhedsrepræsentanter samt repræsentanter fra erhvervsskolerne.

Dertil skulle der tilrettelægges undervisningsforløb i form af oplægs- og kursusbaseret undervisning af ledere, praktik-/læreplads-ansvarlige og andre relevante medarbejdere fra virksomhederne.

Indsatsområde 6 indebar udvikling af værktøjer, der er særligt målrettet vilkårene i små virksomheder, hvis formål er at understøtte trivsel og læring her. Dertil skulle der i samarbejde med brancheforeninger, erhvervsskole og andre relevante samarbejdspartnere afholdes temaaftener og gå-hjem-møder med oplæg om emnet.

⁶ Afsnittet er baseret på Resonans Nordic (2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Rapport, projekt Faglært er fedt.

Hvad er udført?

I starten af projekt Faglært er fedt, gennemførte projektkonsulent Klaus Werner i alt 12 interviews med bornholmske virksomheder med fokus på deres viden og erfaringer om at modtage lærlinge og gennemføre lærlingeforløb.

Interviewene fordelte sig på en brede vifte af brancher indenfor både industri, bygge- og anlæg, detailhandel og det øvrige merkantile område, it- og kommunikations, landbrugsmaskiner, transportområdet samt catering.

Undersøgelsen viste utvetydigt, at virksomhederne ikke opfattede et behov for at blive undervist i at modtage lærlinge eller at gennemføre lærlingeforløb. Helt overordnet, havde virksomhederne yderst få frafald, når lærlingene først havde fået en lærlingekontrakt hos dem. Der var tale om ganske få, enkelte forløb, over mangeårige erfaringer. I de få frafaldstilfælde som virksomhederne havde oplevet, var der oftest tale om dårlige match mellem lærlinge og virksomhed fra start, hvilket ofte førte til frafald i prøveperioden.

Interviewundersøgelsen viste desuden at virksomhederne (de større med flere lærlinge) enten havde gennemarbejdede praksisser, og faste organisations- samt kommunikationsrammer for lærlingeforløbene. Eller, og det gjaldt især de helt små virksomheder, man havde en meget personligt engageret tilgang med 'vi-gør-som-vi-plejer. Det-plejer-at-gå-godt-praksisser'.

Derfor besluttede projektet ikke at udvikle decideret undervisningsmateriale og ikke at udbyde faste kurser om modtagelse og fastholdelse af lærlinge. I stedet har projekt Faglært er fedt udarbejdet mere generelt virksomhedsrettet materiale, der bestod af gode råd om modtagelse af nye lærlinge, hvis form dermed havde karakter af mindre forpligtende støtte, fremfor egentlig undervisning.

I regi af projekt Faglært er fedt er der gennemført en analyse af den eksisterende forskning om den virksomhedsbaserede læring og gode praksisser for modtagelse af nye lærlinge⁷.

Blandt andet på basis af dette arbejde, har projekt Faglært er fedt udgivet en brochure målrettet virksomhederne om hvordan virksomheder, herunder små virksomheder med få HR-ressourcer, kan tilrettelægge og gennemføre gode modtageforløb for lærlinge.

Interviewundersøgelsen med virksomhederne viste også, at virksomhederne oplevede at det er vanskeligt at rekruttere egnede lærlinge til deres virksomheder. Flere virksomheder var opmærksomme på, at de burde markedsføre sig som potentielle arbejdspladser overfor de unge, men var usikre på, eller havde ikke ressourcer til denne typer af indsatser⁸.

Dette har ført til, at projekt Faglært er fedt har organiseret en række arrangementer målrettet virksomhederne med det formål at øge deres viden om tiltrækning og rekruttering af unge. Der er blandt andet organiseret workshops i foråret 2023 med inspiration og værktøjer til at virksomheder kan promovere sig som lærepladssteder eller arbejdspladser overfor unge. Til tilknytning til workshops er der udarbejdet dels et Idékatalog om tiltrækning af faglig arbejdskraft, dels et idékatalog om hvordan man promoverer sin virksomhed.

Øvrigt virksomhedsrettede indsatser og udgivelser er allerede omtalt under Indsatsområderne 1 og 2.

⁷ Se: Topsø Larsen, Karin (marts 2021): *Den gode praktikplads. Hvad forskningen ved om rekruttering og fastholdelse af lærlinge i praktikforløb*. Desk research. Center for regional- og turismeforskning for projekt Faglært er fedt

⁸ Topsø Larsen, Karin (2022): Baseline analyse og anbefalinger til midtvejsvurdering. Center for regional- og turismeforskning for projekt Faglært er fedt.

7 En ekstra indsats: et lokalt samarbejdsforum med målsætning om at skaffe flere faglærte

Projekt Faglært er fedt nedsatte et Advisory Board ved projektstart, hvis formål var at sikre videns- og erfaringsinput fra relevante lokale ressourcer til projektet. Advisory Board bestod af repræsentanter for virksomheder (ledelse og ejere), fagforeninger, uddannelsesaktører og Bornholms Regionskommune (Jobcenter, UU Bornholm og Ungeporten).

Der har været udskift af medlemmer undervejs, ligesom en del møder blev afholdt online under perioder med Corona-lukning, men ved Projekt Faglært er fedts sidste Advisory Board møde var der ca. 20 deltagere. Gruppen mødtes to gange årligt.

Mødernes dagsordener bestod primært af oplæg fra projektkonsulenten om projektets progression og om indholdet i gennemførte og planlagte indsatser, der efterfølgende blev diskuteret. Dertil var der oplæg fra projektets analyse-partnere (Tænketanken DEA og forskningscentret CRT) om gennemførte analyser eller anden ny viden, ligesom projektets kommunikationsvirksomhed, Resonans Nordic, fortalte om planlagte kommunikationsindsatser. Derefter blev der gennemført en runde blandt deltagerne, der blev opfordret til at dele viden og erfaringer om relevante indsatser eller nyheder fra deres verden. Det faste udgangspunkt var at drøfte spørgsmålet om hvordan man på Bornholm kunne øge tilgangen til erhvervsuddannelserne og i det hele taget tiltrække faglært arbejdskraft.

Dermed har Advisory Board i løbet af projektperioden udviklet sig til at fungere som et lokalt netværks- og koordinationsforum for at skaffe flere faglærte på Bornholm.

Det rejser spørgsmålet om hvorvidt etablering og udvikling af et lokalt samarbejdsforum, hvor både uddannelsesinstitutionelle- og kommunale aktører såvel som arbejdsmarkedets parter er repræsenteret, er et relevant indsatsfelt i sig selv?

Med henblik på at besvare dette spørgsmål, er der gennemført en interview-baseret undersøgelse blandt udvalgte medlemmer af projekt Faglært er fedts Advisory Board. I alt er gennemført seks interviews med hvor hver af de ovennævnte aktørtyper, det vil sige en uddannelsesaktør, en kommunal mellemlider indenfor uddannelses- og ungdomsområdet, virksomhedsejere samt en fagforeningsrepræsentant.

De forskellige medlemmerne af Advisory Board, fremhæver følgende:

En uddannelsesleder fra en lokal uddannelsesinstitution fandt at forummet er brugbart, især hvis det med tiden kan blive et uformelt rum, hvor forskellige typer af aktører kan udveksle viden.

Det er vigtigt for den lokale indsats at der videndeles på tværs af fag og institutionelle grænser. Det kunne organiseres omkring en række tematiserede drøftelser, hvor der samles op på eksisterende undersøgelser og forskning. Fx om den forældre-rettede indsats og om onboarding på lærepladserne, altså emner som dem projekt Faglært er fedt har behandlet.

Uddannelseslederen understreger dog også nødvendigheden af at kunne tale om emner eller problemstillinger, som det ellers kan være ømtåleligt at åbne op om,

herunder om frafald i virksomhederne, om ærlig feedback til de lokale erhvervsuddannelsesinstitutioner og om vejledningen og myterne om at der vejledes til gymnasiet etc.

“Kan vi skabe et rum, hvor vi kan snakke om sådan nogle ting? Det ville være guld værd”

Han understreger vigtigheden af at medlemmerne har tillid til hinanden og dermed kan tale frit og uformelt om reelle problemer og udfordringer.

Han understreger, at sådan et forum ikke kommer af sig selv, og den uformelle tone der har karakteriseret Advisory Board i projekt Faglært er fedt, er en forudsætning for at tilliden kan bygges op over tid. Dette sker bedst ved en vedvarende, faciliteret indsats, hvor tilliden vokser frem mellem en fast gruppe af medlemmer.

En kommunal leder med ansvar for kommunens uddannelses- og ungeindsats støtter også ideen om at have et lokalt samarbejdsforum med fokus på at sikre flere faglærte til Bornholm. Det er en bredere målsætning, fremfor et mere snævert uddannelsesfokus, hvor målet er at sikre at flere unge vælger en erhvervsuddannelse. Det skyldes, at der er tale om en sammenhængende problematik der ikke kun vedrører unges uddannelsesvalg.

Hun understreger vigtigheden af at have et tværfagligt forum, hvor man mødes på tværs af erhvervsliv, uddannelsesområdet og den kommunale sektor. Der er meget læring for hver aktørtype i at høre og dermed kunne øge sin forståelse af oplevede problemer og muligheder fra andre sektorer, end den man selv kender. Medlemmerne får en bedre helhedsforståelse af problematikkerne.

“Man lærer noget med andres perspektiver. Et forum som den rolle Advisory Board har spillet, kan noget med at skabe et overblik. Et strategisk overblik”

Den kommunale leder understreger at et tværsektorielt lokalforum er nødt til samtidig at have en beslutningskompetence til at igangsætte forskellige indsatser. Det er en god idé at have et samarbejdsforum der fungerer som et rådgivende organ, der drøfter potentielle indsatser gennem tværfaglige og tværsektorielle perspektiver.

Men medlemmerne skal samtidig have et vist mandat til at træffe beslutninger. Det kan ikke fungere hvis medlemmer blot er repræsentanter for en given interessentgruppe. De skal have mandat til at indgå i forpligtende fælles indsatser.

“ Det må ikke blive for nemt at få gode ideer uden en forpligtelse til at løfte det. Der skal være et mandat til at handle”

Ideelt kunne sådan et forum fungere som et “løsningslaboratorium”, hvor man dels adresserer hvilke problemer der er de største og efterfølgende bliver enige om at afprøve forskellige indsatser og metoder, der vurderes løbende.

Den kommunale leder understreger også at arbejdet skal være prioriteret blandt medlemmerne, at de skal forpligte sig til arbejdet over tid. Der skal skabes relationer mellem medlemmerne og arbejdes med kontinuitet.

Fx ligger er der en onboarding opgave når sådan et forum etableres eller hvis der sker medlemsskift. De enkelte medlemmer skal hjælpes til at forstå deres opgave,

så de føler sig forpligtede og bliver afklaret på, hvad der roller og opgaver er. Det er en løbende proces at forventningsafstemme roller og forventninger.

Virksomhedsejerne har generelt været meget glade for projektet og dets indsatser. Det gælder både projektets fokus på at øge de unges information om hvilke karrieremuligheder der ligger i at blive faglærte, at understøtte virksomhedernes udbud af lærepladser og at facilitere en kontakt mellem grundskoleklasserne og virksomhederne. Selvom virksomhedsejerne blev interviewet specifikt om den rolle Advisory Board har spillet i projektet og for den overordnede indsats at få flere faglærte på Bornholm, bar interviewene med virksomhedslederne præget af, at de primært forholdt sig til de konkrete indsatser i projektet.

En virksomhedsejer understreger behovet for den virksomhedsrettede indsats, hvor virksomhederne hjælpes til at gøre en fælles indsats for at skaffe flere erhvervsuddannelseselever og lærlinge.

En anden virksomhedsejer understreger vigtigheden af tovholderfunktionen og vil gerne rose projektet for at sætte fokus på problematikken ud fra et lokalt perspektiv.

Ejerne er enige om, at virksomhederne har brug for støtte til indsatsen. Der er mange virksomheder der ikke har det fornødne tidsmæssige overskud til at være opsøgende overfor de unge eller deltage i markedsføringsindsatser. En ejer udtaler:

“Projekter som Faglært er fedt, er vigtige for at fastholde en indsats og for at løfte opgaven for det lokale erhvervsliv, så virksomhederne ikke står alene med indsatsen”

Virksomhedsejeren konstaterer at ligesom virksomhederne kan savne tid, må det også være tilfældet hos uddannelsesinstitutionerne. Han er overrasket over, at skolerne ikke i højere grad rækker ud til virksomhederne og får dem til at fortælle om deres arbejde. Når det ikke er sker, må det være fordi de heller ikke har tid. Og det understreger behovet for et projekt som Faglært er Fedt.

En anden virksomhedsejer tilslutter sig denne forståelse, men understreger også, at et lokalt samarbejdsforum kan være med til at skubbe på de virksomheder der ikke er så gode til at udbyde lærepladser.

“Vi må også gribe i egen barm og indrømme at vi ikke altid selv har været lige gode til at tage lærlinge. Når man så er en del af et projekt der skal skaffe flere faglærte, er det nemmere at række ud til de andre virksomheder og minde dem om deres medansvar for det her”

Et projekt som Faglært er Fedt, og viden om at der gøres en fælles indsats på Bornholm kan være med til at skubbe på virksomhederne. Der skal være tale om en vedvarende indsats, da virksomhederne hurtigt falder tilbage på at løfte de daglige opgaver og det bliver nemt, især hvis man ikke lige selv står og mangler en medarbejder, at tage et ansvar.

I forhold til at etablere et lokalt samarbejdsforum blandt de mest relevante aktører med et fælles formål om at skaffe flere faglærte, mener virksomhedsejerne at det er meget relevant. Det er dog primært relevant hvis

partnerne i et sådant forum kan søge finansiering sammen og dermed sikre en vedvarende indsats.

En virksomhedsejer udtaler meget tydeligt, at:

“Selve indsatserne er vigtigere end møderne”

Et lokalt samarbejdsforum, hvor man kan aftale fælles indsatser og søge penge til indsatserne er en god måde at gøre det på, så virksomhederne ikke skal stå alene om det.

En anden virksomhedsejer understreger at det har fungeret godt, at møderne har været struktureret omkring nogle faglige oplæg med ny viden og med håndgribelige data. Hun oplever, at mange i erhvervslivet har holdninger ud fra en generel, ukonkret viden og der florerer megen `viden´ der ikke er baseret på fakta. Dermed spiller et fælles forum også en vigtig rolle i at formidle nye undersøgelsesresultater og statistiske opgørelser, så de centrale aktører er klædt korrekt på til at planlægge indsatser.

Et konkret eksempel er arbejdet med at beskrive hvordan virksomhederne kan forbedre den måde de organiserer et godt virksomhedsbesøg for de unge elever på. Det er konkret, brugbar viden, der forbedrer en praksis på. Selvom det er udgivet som en pjece er det en konkret viden hun har fået ved at deltage i Advisory Boards møderne.

Endnu en faktor som spiller en rolle er, at en fælles lokal indsats for at sikre flere faglærte italesætter problemer som et fælles problem, der er en udfordring for *alle* virksomheder.

“Hvis man ikke italesætter problemet som noget vi skal løfte i fællesskab, ender virksomhederne bare med at konkurrere mod hinanden om de samme unge. Det kan vi ikke bruge til noget”

En anden virksomhedsejer understreger i den forbindelse den samme pointe som de offentlige repræsentanter (uddannelsesinstitution og kommune), nemlig at samarbejdsforummet skaber en større forståelse af både problemet og af andre aktørers udfordringer og handlemuligheder.

Endelig understreger den ene virksomhedsejer vigtigheden af indsatsen overfor unge mennesker. Hun ønsker at der skal udarbejdes en fælles strategi for de unges velfærd og trivsel.

“Vi har en lærling. Hun er så dygtig og kan så meget og alligevel har hun ingen selvtillid. Det er tragisk. Vi bliver nødt til at gøre noget ved det problem!”

Hun understreger samtidig at der er brug for netop en tværfaglig og tværsektoriel indsats, der også involverer uddannelsesinstitutionerne.

Formanden for en lokal fagforening, der selv er aktiv i udvikling af erhvervsuddannelserne, er mere kritisk. Han mener at projektet med fordel kunne have taget udgangspunkt i det eksisterende partssystem i erhvervsuddannelses-systemet, herunder de uddannelsesindsatser som de faglige udvalg og deres sekretariater allerede arbejder med.

“Det er godt med indsatser for at få flere faglærte. Men det er vigtigt at indsatserne tager udgangspunkt i de strukturer og ressourcer der i forvejen findes indenfor erhvervsuddannelsessystemet. Ellers ender man med at bruge mange ressourcer på at skabe parallelle projektindsatser fremfor at bygge videre på det der eksisterer i forvejen”.

Fagforeningsrepræsentanten mener det giver god mening at have lokale projekter og indsatser der tager udgangspunkt i specifikke udfordringer på et lokalt arbejdsmarked. Det giver fx god mening, at projekt Faglært er Fedt har lavet en pjece om at tage på skolehjem uden for Bornholm, da det er særligt relevant i en bornholmsk kontekst.

Fagforeningsrepræsentanten mener også det er en god idé at have et lokalt forum, hvor forskellige aktører kan koordinere indsatserne for at sikre flere faglærte. Men de enkelte konkrete indsatser løses bedst så tæt som muligt på de direkte involverede aktører. Det betyder at de arbejdsgivere der skal udbyde lærepladserne skal være involveret, det skal tage ejerskab for indsatsen. Derudover er det vigtigt at sikre sig at samtlige aktører er repræsenteret, ikke bare nogle udvalgte.

Det kan til gengæld være svært hvis man skal dække alle fag. Derfor er det fagforeningsformandens erfaring, at det at skaffe flere faglærte primært virker, hvis der arbejdes branchespecifikt. Et eksempel på en organiseringsform er en igangværende kampagne der drives af Bornholms Regionskommune og tre fagforeninger og som samarbejder med i alt 25 virksomheder der efterspørger personale indenfor industriområdet⁹.

Samlet set kan et lokalt samarbejdsforum bestående af aktører fra erhvervsliv, uddannelsessektor og den kommunale job- og ungeindsats, betragtes som en værdifuld metode for at skabe fremdrift i en fælles lokal indsats for at sikre flere faglærte.

Et tværfagligt og tværsektorielt samarbejdsforum målrettet en fælles indsats på området kan skabe:

- en øget forståelse af problemfeltet på tværs af aktørgrupper og sektorer
- et fælles, fagligt baseret vidensgrundlag for deltagerne
- grundlag for beslutninger om fælles handlingsindsatser
- øget forståelsen blandt virksomheder indenfor samme branche om at man står med et fælles problem

Det forudsætter:

- En vedvarende, forpligtende indsats både for den instans der fungerer som sekretariat for forummet - og for hvert af medlemmerne
- At medlemmerne har et handlingsmandat, ikke kun fungerer som et rådgivningsorgan
- En faciliteret proces, hvor der arbejdes på at medlemmerne gennemgår en fælles forventningsafstemning

⁹ Se: <https://industrieen.dk/forside>

Det er uklart hvilken aktørtype der optimalt kan fungere som sekretariat for processen. I projekt Faglært er fedt har Business Center bornholm fungeret som sekretariat i projektperioden og denne funktion fortsætter ikke. I forhold til en opskalering til andre kommuner, må indstillingen derfor være at det må komme an på den kommunale kontekst og de konkrete aktører der er til stede der. Dertil bør det ske i samarbejde med de allerede eksisterende samarbejdsstrukturer indenfor erhvervsuddannelsesområdet.

8 Læringsvurdering

I dette afsnit præsenteres evaluators samlede vurdering af projektets væsentligste metodemæssige læringspunkter.

Som det fremgår af Kapitel 4, bygger projektets planlagte indsatser på en række oprindelige teser.

Tese 1: Erhvervsuddannelserne og de faglige erhvervs lave prestige skyldes myter

Denne tese er udgangspunkt for projektets kommunikationsindsats og dets narrativer:

- Der skal skabes et mere positivt og nuanceret narrativ om erhvervsuddannelserne – at der findes mange flere fag end de fleste kender til, at den praktiske læringsform på en erhvervsuddannelse kan være en positiv oplevelse, at en erhvervsuddannelse fører til mange erhvervs- og karrieremuligheder såvel som videregående uddannelser, at de lønmæssige forhold både under og efter uddannelsen er favorable.
- Der sættes billeder på en række personer – både af begge køn og med forskellig alder – der har valgt at blive faglærte og som kan fortælle om spændende og engagerende uddannelser. Personerne og deres fortællinger skal fungere som tilgængelige og realistiske rollemodeller.
- Fortællingerne skal tage udgangspunkt i et konkret lokalområde, her Bornholm, hvor modtagerne af kommunikationen kan genkende hvor billederne er taget og måske endda de unge selv fra gadebilledet.

Hvad har projektet lært?

Projektets baselineanalyse med forskellige målgrupper (unge der er i gang med en erhvervsuddannelse, unge uden uddannelse, og voksne)¹⁰, viste at en del unge der har valgt at blive faglærte fortsat oplever en vis stigmatisering i forhold til unge der har valgt en gymnasial ungdomsuddannelse. Der er ofte tale om en form for 'selv-stigmatisering', hvor de unge oplever at deres venner fra grundskolen er 'nået længere' end dem selv, hvis de har gennemført en gymnasial uddannelse.

Det gælder særligt unge der har påbegyndt en gymnasial uddannelse og hvis vennegruppe går i gymnasiet. Unge der har valgt en erhvervsuddannelses fra start og hvis vennegruppe også har valgt en erhvervsuddannelse, er ikke udsat for samme følelse af stigmatisering.

Det er igennem hele projektforløbet bekræftet, at mange unge savner konkret viden om erhvervsfag og de uddannelsesmuligheder der ligger i erhvervsuddannelsessystemet. Det gælder både i baselineanalysen, i projektkonsulentens løbende kontakt med unge i forbindelse med projektet og i projektets afsluttende brugerevaluering¹¹.

Evalueringen bekræfter dog også, at information som den der er udviklet i regi af Projekt Faglært er fedt, ikke opsøges af de unge. Der er derfor ikke alene behov for at den viden faciliteres af blandt andre forældre, lærere og UU-vejledere, men

¹⁰ Topsø Larsen, Karin (april 2022): *Baselineanalyse og midtvejsanbefalinger*. Center for regional- og turismeforskning for projekt Faglært er fedt.

¹¹ Resonans Nordic (august 2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Resonans Nordic for projekt Faglært er fedt.

at den generelle samfundsmæssige diskurs om hvad et fag er bør overvejes samt elevernes muligheder for at møde praktiske fag tidligere i livet bør overvejes.

Tese 2: De unge er åbne og identitetssøgende

Tese 3: Gruppen af 25+ har fokus på vilkår og fremtiden

Disse teser vedrører begge hvordan kommunikationsformerne i projektet skal tilpasses forskellige målgrupper. Begge teser er blevet bekræftet i løbet af projektet. Baselineanalysens interviews med unge der er i gang med en uddannelse og unge der står uden en uddannelse og overvejer en erhvervsuddannelse, bekræftede eksisterende forskningsbaseret viden om unges uddannelsesvalg.

Nemlig at der er tale om langvarige processer der er dybt forankret i de unges sociale opvæksts-rammer, men kombineret med deres egne refleksive evner og konkrete biografier (hvor er de i livet når de skal træffe forskellige valg) og de konkrete uddannelses- og erhvervs muligheder der er der hvor de er vokset op. For nogle er processen til at finde ud af hvem de er og hvad de har interesse i samt evner for, langvarig. Den kan tage flere år – og en måde at blive klog på sig selv er at afprøve forskellige uddannelsesmuligheder i praksis.

Baselineanalysen viste også, at voksne EUD-elever, især dem der har børn, tager en langt mere pragmatisk tilgang til deres uddannelsesvalg. De kender sig selv bedre og har en klarere fornemmelse for hvilke fagområder de kan trives i. Præcis hvilket fag der så vælges, afhænger af hvad der kan lade sig gøre i praksis – både hvad angår forhold på arbejdspladsen og løn.

Projektet har forsøgt at formidle personlige rollemodel-baserede narrativer der henvender sig til begge grupper i sit informationsmateriale, men generelt har fokus været på de unge, herunder de unge i grundskolen. Det vurderes at der er behov for yderligere særlige indsatser målrettet voksne, hvis søgningen blandt denne gruppe skal øges specifikt.

Tese 4: Lokal forankring er nødvendig

Denne test antager at projektets målgrupperne har brug for lokal forankret kommunikation, som de kan relatere sig til og så budskaberne opleve som troværdige og nærværende.

Denne tese er blevet bekræftet igennem projektets evaluering med alle målgrupperne¹². Det gælder ikke kun tilbagemeldinger om, at et budskab opleves som relevant hvis man kan genkende gadebilledet, den konkrete virksomhed eller endda den unge i videoen.

Det gælder også på et lidt mere overordnet niveau, at den konkrete information om hvordan det lokale arbejdsmarked og det lokale lærepladsmarked ser ud, gør budskabet konkret og relevant.

Tænketanken Kraka har for nylig udgivet en analyse af betydningen af lokale lærepladser for gennemførelsen på erhvervsuddannelser, der viser vigtigheden af lokalområderne konkrete muligheder. Det bekræfter evaluators egne undersøgelser og forskning¹³.

¹² Resonans Nordic (august 2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Resonans Nordic for projekt Faglært er fedt.

¹³ Topsø Larsen et al (2019) og Topsø Larsen (2017).

Der er således god grund til at undersøge betydningen af de lokale områder hvor de unge vokser op og de konkrete erhvervsuddannelsesmuligheder der findes der, for de unges søgemønstre og gennemførelsestilbøjeligheder, nærmere.

Tese 5: Arbejdspladsen og eleverne skal lære hinanden bedre at kende og finde sammen i et positivt samarbejde

Projektets femte teste er, at det kan være svært for eleverne og arbejdspladserne at finde sammen i et positivt samarbejde, der sikrer fastholdelse af eleverne. Denne tese er udgangspunkt for det arbejde der er lavet i projektet omkring udvikling af et virksomhedskatalog, hvis formål er at skabe en relation mellem unge i grundskolen og de konkrete virksomheder der ligger i deres lokalområde, så tidligt som muligt.

De foreløbige tilbagemeldinger på indsatsen¹⁴ tyder på at netop de tidlige besøg på virksomhederne allerede i grundskolen, kan være en brugbar metode til at starte denne relation.

Der er dog behov for en længere forsøgsperiode med specifikt fokus på virksomhedsbesøg og med videreudvikling af 'det gode virksomhedsbesøg' før denne metode kan vurderes retvisende.

¹⁴ Både baseret på input fra projektkonsulent Klaus Werner og fra interviews i Resonans Nordic (august 2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder*. Resonans Nordic for projekt Faglært er fedt.

9 Projektets analyse- og dokumentationsudgivelser

Østergaard-Thygesen, Sebastian Bigandt, Anne Fløe og Clara Berg (november 2020): *Hvad driver unges uddannelsesvalg?* Desk research. Tænk tanken DEA for projekt Faglært er fedt.

Topsø Larsen, Karin (marts 2021): *Den gode praktikplads. Hvad forskningen ved om rekruttering og fastholdelse af lærlinge i praktikforløb.* Desk research. Center for regional- og turismeforskning for projekt Faglært er fedt.

Jakobsen, Kristian Thor, Josefine Kjær og Anne Fløe (marts 2021): *Optag og frafald på EUD, Bornholm.* Tænk tanken DEA for projekt Faglært er fedt.

Topsø Larsen, Karin (april 2022): *Baselineanalyse og midtvejsanbefalinger.* Center for regional- og turismeforskning for projekt Faglært er fedt.

Jakobsen, Kristian Thor og Josefine Kjær (juni 2023): *Optag og frafald på EUD-Bornholm.* Tænk tanken DEA for projekt Faglært er fedt.

Resonans Nordic (august 2023): *Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder.* Resonans Nordic for projekt Faglært er fedt.

Resonans Nordic (august 2023): *Rapport: Faglært er fedt. Rækkevidde på hjemmeside og sociale medier.* Resonans Nordic for projekt Faglært er Fedt.

Topsø Larsen, Karin: *Implementeringsevaluering for projekt Faglært er fedt. Læringspunkter baseret på projektets implementering* (august 2023- nærværende rapport). Center for regional- og turismeforskning for Projekt Faglært er fedt.

Resonans Nordic, Business Center Bornholm, Tænk tanken Dea og Center for regional- og turismeforskning (august 2023): *Faglært er Fedt. Slutrapport.* Projekt Faglært er fedt.

*Bemærk: Projektkonsulent Klaus Werner er ikke indikeret som medforfatter på ovenstående udgivelser, ikke desto mindre er flere kortlægninger og analyser i

projektets udgivelser baseret på dataindsamling forestået af Klaus Werner,
Business Center Bornholm.

10 Projektets analyse- og dokumentationsudgivelser

Danske Erhvervsskoler og Gymnasier (2020): *Praktikpladsundersøgelse. Adfærdsanalyse af praktikpladser ved 3.395 elever optaget direkte på grundforløb 2 og 4.095 virksomheder godkendt til at have lærlinge/elever*. Rapport DEG: januar- september 2020.

Rambøll (2021): *Evaluering af "Vejen til en erhvervsuddannelse"*. Rapport. Villum Fonden og EEO.

Sørensen, C.L., Jesper Kühl, Philip Henriks og Thomas Wilken (2022): *Frafald på erhvervsuddannelser afhænger af lokale muligheder for praktik*. Analyse. Kraka.

Topsø Larsen K (2017): *Laboured Learning. Investigating Challenged Localities Through a Geography of Vocational Education*. Ph.D. afhandling. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Topsø Larsen K, Hedetoft A, Clausen J, Lindahl JH (2019): *Landdistrikternes adgang til faglært arbejdskraft. Erhvervsuddannelsessystemets mobilitetsmønstre i Danmark*. Forskningsrapport. Nexø og Frederiksberg: Center for Regional- og Turismeforskning