

A hand wearing a green work glove is using a power drill to work on a solar panel grid. The background is a blue-tinted image of a solar panel array.

Slutrapport

Faglært er fedt

August 2023



Indhold

Forord	3
Sammendrag	4
Baggrund og organisering	6
Indsatser og resultater	10
Inspiration og anbefalinger	16
Tak	29



Forord

Danmark har et problem. På trods af attraktive uddannelses- og jobmuligheder vælger for få unge en erhvervsuddannelse. Og som om det ikke var nok, så er frafaldet på erhvervsuddannelserne højt¹. Det lave antal ansøgere og det store frafald er et stort samfundsmæssigt problem.

Bornholm er et godt eksempel. Andelen, der vælger en erhvervsuddannelse, er på niveau med landkommuner andre steder i Danmark. Det samme gælder frafaldet². Fremskrivninger vurderer således også, at Bornholm står til at mangle et sted imellem 285 og 340 faglærte i 2025³. Det skal der gøres noget ved. På Bornholm og i resten af Danmark.

I tre år har Faglært er fedt arbejdet med at udvikle og dokumentere nye metoder til at sikre fremtidens faglærte arbejdskraft. I første omgang har indsatsen skullet medvirke til at sikre fremtidens arbejdskraft på Bornholm, men målet er også at samle erfaringer, der kan inspirere i resten af Danmark.

Projektet er kendetegnet ved at tage udgangspunkt i det lokale erhvervslivs behov og muligheder. Derfor er det også forankret i den lokale erhvervsfremmeaktør, Business Center Bornholm. Tilgangen er valgt for at understøtte det lokale erhvervslivs behov optimalt og samtidig anvende virksomhederne som ambassadører – også for uddannelser, som ikke er repræsenteret på de lokale erhvervsskoler, men som er vigtige for det lokale erhvervsliv, og som kan være relevante for de lokale uddannelsessøgende.

Projektet viser, at fokus på det lokale arbejdsmarked har store potentialer. De lokale virksomheder har bakket op, og i fællesskab har projektet og dets samarbejdspartnere udviklet metoder med spændende potentiale – også for skalering til andre dele af landet.

I 2023 når projektet sin afslutning. Derfor har vi samlet projektets vigtigste erfaringer i denne rapport, som forhåbentligt kan inspirere aktører, der arbejder med rekruttering og fastholdelse inden for de erhvervsfaglige uddannelser i andre dele af landet. På www.faglærterfedt.dk har vi desuden samlet alt det materiale, projektet har udarbejdet.

Vi håber, at du vil læse med og overveje, hvordan projektets metoder og materialer kan inspirere og anvendes i andre dele af landet.

En stor tak skal lyde til projektets mange engagerede samarbejdspartnere. Til fonde, virksomheder, erhvervsskoler, lærere, vejledere og unge på Bornholm. Projektet havde ikke været muligt uden.

Rigtig god læselyst.

Christa Lodahl
Erhvervschef, Business Center Bornholm

Claus Stamer
Formand, Faglært er fedts styregruppe

¹ Tænketanken DEA: Erhvervsuddannelserne: Status, styring og reformer, oktober 2018

² Tænketanken DEA: Optag og frafald på EUD – Bornholm, juni 2023

³ Center for Regional- og Turismeforskning: Projekt Faglært er Fedt – Baselineanalyse og midtvejsanbefalinger, april 2022



Sammendrag

Fra 2020-2023 har Faglært er fedt udviklet og dokumenteret nye metoder til at få flere til at vælge – og gennemføre – en erhvervsuddannelse. Ønsket har været at sikre fremtidens arbejdskraft på Bornholm og samle erfaringer, der kan inspirere i resten af landet.

Projektet er kendetegnet ved at tage udgangspunkt i det lokale erhvervslivs behov og muligheder og ved at være forankret i en erhvervsfremmeaktør med tæt kontakt til det lokale erhvervsliv. Tilgangen er valgt for at understøtte det lokale erhvervslivs behov optimalt og samtidig anvende virksomhederne som ambassadører.

Virksomhederne har bidraget til at tegne et bredt og realistisk billede af den faglærte vej lokalt. Bl.a. har det været muligt at kommunikere om uddannelser, som ikke udbydes på de lokale erhvervsskoler, men som er vigtige for det lokale erhvervsliv, og som kan være relevante for lokale uddannelsessøgende.

I projektperioden har Faglært er fedt udviklet og testet fem hovedindsatser:

- 1.** En oversigt over det lokale udbud af lærepladser har synliggjort et stort antal virksomheder, der ønsker praktikanter og lærlinge. Oversigten viser en stor variation i udbuddet med mere end 60 forskellige fag i 2023.
- 2.** Et katalog over virksomheder skal gøre det lettere for skoleklasser at finde virksomheder til virksomhedsbesøg og praktikker. Samtidig skal support til lærere og virksomheder sikre, at besøg og praktikker sker med høj kvalitet.
- 3.** For at skabe opmærksomhed og viden er der udarbejdet en stor mængde kommunikation og information om ovenstående løsninger og den faglærte vej generelt målrettet lokale uddannelsessøgende. For at sikre identifikation og relevans er alt udarbejdet med lokale vinkler samt lokale unge og virksomheder som hovedpersoner.
- 4.** For at sikre opbakning fra virksomhederne og gode forhold for eleverne er der gennemført en række tiltag, som kommunikerer til virksomhederne og supporterer dem i arbejdet med at promovere deres respektive fag og skabe gode praktikker, virksomhedsbesøg og lærlingeforløb.
- 5.** Med sit advisory board har Faglært er fedt oprettet et lokalt samarbejdsforum med repræsentanter på tværs af erhvervsliv, kommune og uddannelsesinstitutioner. Målet har primært været at få input og feedback om projektets indsatser. Advisory boardet har dog også udviklet sig til et generelt netværksforum, som har skabt kontakt, forståelse og koordinering på tværs.

Generelt har projektet oplevet stor opbakning. De lokale virksomheder har i vid udstrækning taget projektet til sig, og mange har tilmeldt sig både lærepladsoversigten og det lokale virksomhedskatalog. Generelt har virksomhederne også været villige til at stille op til interview og deltage i arrangementer samt i projektets advisory board. Det samme har repræsentanter fra de lokale grundskoler, de lokale erhvervsskoler, lokale UU-vejledere m.fl.

Projektets evalueringsinterview med udvalgte virksomheder viser da også, at de generelt har været glade for projektet. De fremhæver bl.a. at indsatserne har skabt et større og



tiltrængt fokus på virksomhedernes egne roller og ansvar. De fremhæver også potentialerne i den fælles koordinering og det fælles talerør, som projektet har skabt.

Interview med deltagere i advisory boardet viser også en stor tilfredshed. Deltagerne fremhæver især, at det tværfaglige fokus har skabt en ny fælles viden og gode kontakter på tværs.

Sidst men ikke mindst viser evalueringen, at der er stort behov for at kommunikere til de unge uddannelsessøgende, og at de lokale vinkler og cases gør en stor forskel for målgruppen. Evalueringen viser imidlertid også, at man primært bør distribuere materialerne og kommunikere via UU-vejledere, forældre og andre, som kan hjælpe de uddannelsessøgende med at sortere og sætte informationen i kontekst. De unge har selv svært ved at vurdere, hvad der er relevant, og de vil typisk ikke orientere sig i pjecer, videoer, artikler, oversigter og kataloger på eget initiativ.

Flere af projektets indsatser bliver forankret i UU Bornholm efter projektets udløb. Det gælder i første omgang for projektets lærepladsoversigt samt virksomhedskataloget. Det formodes, at en række kommunikationsmaterialer og -greb kan genanvendes i samme forbindelse.

Alt i alt har Faglært er fedt med andre ord udviklet en række metoder og materialer, som har vist sig velfungerende på Bornholm. Vurderingen er samtidig, at alle de fem hovedindsatser har potentiale til at kunne skaleres til andre dele af Danmark – særligt i andre landkommuner eller på anden måde i afgrænsede lokalmiljøer, hvor lokale oplysninger, vinkler og cases for alvor kan skabe relevans og identifikation.



Baggrund og organisering

Faglært er fedt har fra 2020-2023 udviklet og dokumenteret en række nye metoder til at få flere til at vælge og til at gennemføre en erhvervsfaglig uddannelse.

Ønsket har fra begyndelsen været at skabe en reel og positiv fortælling om de mange gode muligheder inden for de faglærte fag på Bornholm. Det er sket ved at bidrage til at gøre den faglærte vej endnu mere attraktiv – fx via support til virksomheder med elever – samt ved at kommunikere de attraktive muligheder til relevante målgrupper.

Projektet er drevet af Business Center Bornholm med støtte fra Bornholms Regionskommune, Tietgenfonden og Sparekassen Bornholms Fond. Projektet samarbejder med Resonans Nordic, Tænk tanken DEA og Center for Regional- og Turismeforskning.

I det følgende kapitel kan du læse mere om projektets baggrund og organisering.



Baggrunden for projektet

Præcis som i resten af Danmark har Bornholm igennem en årrække oplevet store udfordringer med at skaffe faglært arbejdskraft. For få unge vælger en faglært uddannelse, og for mange falder fra. Udfordringen har store konsekvenser for vores samfunds vækst og bæredygtighed. Både nationalt⁴ og lokalt⁵.

For at vende udviklingen søsatte Business Center Bornholm allerede i 2017 projektet Bornholmermodellen i samarbejde med Campus Bornholm, bornholmske virksomheder, erhvervsorganisationer, Bornholms Regionskommune m.fl.

Projektet udviklede en såkaldt praktikpladsgarantiordning, som synliggjorde en stor variation i lærepladsmulighederne på Bornholm og medvirkede til at øge antallet af udbudte pladser. Ordningen gik i al sin enkelthed ud på at samle oplysninger om antallet af aktuelle og kommende lærepladser hos øens virksomheder. Hvor mange har de i dag, og hvor mange tager de næste år? De oplysninger skulle give øens uddannelsessøgende et fyldestgørende og realistisk overblik over deres muligheder inden for de forskellige fag.

Opbakningen til Bornholmermodellen var stor, og i 2019 var der flere virksomheder, der forgæves søgte at rekruttere lærlinge – vel at mærke i en periode, hvor der ellers manglede lærepladser på landsplan⁶.

Det etablerede samarbejde mellem virksomheder, kommune og uddannelser gav Bornholm en unik mulighed for at udvikle indsatsen yderligere. Samtidig viste Bornholmermodellens praktikpladsoversigt, at der fortsat var et stort behov og potentiale. For mens de lokale erhvervsskoler uddanner inden for ca. 20 fag, så efterspurgte øens erhvervsliv elever og lærlinge inden for langt flere. Det faktum viste på den ene side, at der måtte en bred og målrettet indsats til for at understøtte det lokale erhvervslivs behov. Omvendt viste forskellen også, at der for uddannelsessøgende var enormt mange muligheder inden for den faglærte vej – selv på en relativt lille ø som Bornholm. En variation som kunne udnyttes i kommunikationen om den faglærte vej.

I 2020 blev Faglært er fedt derfor søsat med fokus på at udvikle og dokumentere nye metoder til at få flere til at vælge – og efterfølgende gennemføre – en faglært uddannelse. Projektet har ønsket at bidrage til at sikre fremtidens faglærte arbejdskraft på Bornholm. Målet har samtidig været at dokumentere projektets erfaringer og formidle dem til inspiration for andre dele af landet.

Projektet er kendetegnet ved at tage udgangspunkt i det lokale erhvervslivs behov og muligheder. Dette fokus er valgt for at kunne understøtte det lokale erhvervslivs behov optimalt og samtidig anvende virksomhederne som ambassadører – også for uddannelser, som ikke er repræsenteret på de lokale erhvervsskoler, men som er vigtige for det lokale erhvervsliv, og som potentielt kan være relevante og spændende for mange af de lokale uddannelsessøgende.

⁴ AE - Arbejderbevægelsens Erhvervsråd: Danmark mangler 99.000 faglærte i 2030, april 2021

⁵ Center for Regional- og Turisurforskning: Projekt Faglært er Fedt – Baselineanalyse og midtvejsanbefalinger, april 2022

⁶ Styrelsen for It og Læring: Praktikpladsområdet 2019, 2020



Faglært er fedt har fra begyndelsen haft en tese om, at de uddannelsessøgende ved for lidt om deres muligheder inden for den faglærte vej. Ønsket har derfor været at kunne skabe en konkret, reel og positiv fortælling om mulighederne inden for de faglærte fag.

Projektgruppen har i den forbindelse været meget opmærksom på faldgruben i at kommunikere for meget om manglen på faglært arbejdskraft. Faren er, at man er med til at skabe en selvopfyldende profeti, for hvem ønsker at tage en uddannelse, som man igen og igen får at vide, at alt for få andre ønsker?

For at fastholde fokus på at skabe en positiv fortælling fik det nye projekt titlen "Faglært er fedt".





Organisering og ressourcer

Projektet har været ejet og drevet af Business Center Bornholm – i det daglige af en projektleder ansat hos Business Center Bornholm.

Projektet har desuden haft en arbejdsgruppe med medarbejdere fra Business Center Bornholm (herunder projektlederen) analysekonsulenter fra DEA og CRT samt kommunikationskonsulenter fra Resonans Nordic.

Projektet har været styret med en styregruppe bestående af repræsentanter fra Business Center Bornholm, de støttende fonde, Bornholms Regionskommune, bornholmske virksomheder og erhvervsorganisationer, Campus Bornholm og Bornholms Regionskommune. Formanden for styregruppen har været rekrutteret fra Business Center Bornholms erhvervsråd.

Projektet har modtaget sparring og feedback fra et tværfagligt advisory board med repræsentanter fra Business Center Bornholm, Bornholms Regionskommune, Resonans Nordic, Tænk tanken DEA, CRT, Campus Bornholm, Bornholms Sundheds- og Sygeplejeskole, Dansk Byggeri, Tekniq Bornholm, Horesta, Bornholms Landbrug & Fødevarer, SMV – Bornholm, Dansk Industri, Dansk Erhverv, Dansk Metal, EL – forbundet, 3F, FOA, HK, Sparekassen Bornholms Fond, Børne- og Skoleudvalget samt Job-, Udvikling- og Fritidsudvalget.



VI FREMMER VIDEN



Sparekassen BornholmsFond



Business Center Bornholm

Resonans Nordic



Indsatser og resultater

Med udgangspunkt i projektets målsætninger og baseret på research og analyser har Faglært er fedt overordnet set udviklet fem hovedindsatser:

- Lokal praktik- og lærepladsoversigt
- Lokalt virksomhedskatalog og support til virksomhedsbesøg og skolepraktik
- Lokal kommunikation til uddannelsessøgende
- Lokal kommunikation og support til virksomheder
- Lokalt samarbejdsforum

Overordnet har alle fem indsatser vist sig at fungere godt på Bornholm, og de vurderes at have potentiale for skalering til andre dele af landet.

I det følgende kapitel kan du læse om projektets udgangspunkt og vejen mod de fem indsatser. Kapitlet indeholder også en kort vurdering af resultaterne og skaleringspotentialet for hver indsats. Vurderingerne bygger primært på projektets egen implementeringsevaluering⁷ samt fokusgrupper og interview med forskellige målgrupper⁸.

⁷ Center for Regional- og Turismeforskning: Faglært er Fedt - Implementeringsevaluering, august 2023

⁸ Resonans Nordic: Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder, august 2023



Projektets udgangspunkt og udvikling

Faglært er fedts udgangspunkt var fra begyndelsen at gennemføre en række metodeudviklende aktiviteter målrettet unge uddannelsessøgende og bornholmske virksomheder ud fra to overordnede målsætninger:

- At flere unge skulle opnå et attraktivt billede af den erhvervsfaglige vej – herunder mulighederne for uddannelse, karriere, trivsel, videreuddannelse m.m.
- At virksomhederne skulle blive bedre til at modtage elever og til at give dem et positivt forløb med høj trivsel og læring med det formål at mindske frafaldet på erhvervsuddannelsernes hovedforløb.

Målet har fra begyndelsen været at gennemføre et pilotprojekt på Bornholm, hvor indsatserne skulle dokumenteres med henblik på at kunne vurdere, hvilke dele der med fordel kan skaleres til andre dele af landet.

Ved projektstart var det en hovedtese, at søgningen til erhvervsuddannelserne kunne styrkes gennem øget synlighed og ved at vise de mange faglige og karrieremæssige muligheder, som en erhvervsuddannelse åbner.

Vidensinstitutionerne Tænk tanken DEA og CRT blev fra begyndelsen inddraget til at udarbejde analyser undervejs for at understøtte og tilrette projektets indsatser. Derudover skulle videnspartnerne ved projektstart samle og videregive eksisterende viden om fx unges uddannelsesvalg og det gode lærepladsarbejde i virksomhederne. Kommunikationsbureauet Resonans Nordic blev samtidig inddraget i projektpartnerskabet med henblik på at udarbejde professionel, vedkommende og målrettet kommunikation.

Projektet etablerede desuden en styregruppe samt et advisory board med en bred gruppe af interessenter.

De fem endelige indsatser

Faglært er Fedt er et udviklingsprojekt. Dermed blev de endelige indsatser og metoder udviklet og nuanceret i takt med, at ny viden og nye muligheder blev skabt.

Ved projektstart blev der fx gennemført interview med 12 bornholmske virksomheder. Disse viste, at frafaldet i virksomhederne under lærepladsansættelserne var minimalt. Nogle havde aldrig oplevet frafald, andre ét frafald på 20 år. Andre igen havde oplevet frafald, men forstod det som en naturlig proces, at der fra tid til anden var tale om et dårligt match mellem virksomhedens



kultur og den enkelte person. Den sidste pointe ligger i tråd med resultaterne af en undersøgelse gennemført af Danske Erhvervsskoler og Gymnasier⁹.

Derfor blev den virksomhedsrettede indsats tilrettet, så virksomhederne primært og i endnu højere grad blev tilknyttet rekrutteringsindsatsen – bl.a. som ambassadører for deres fag. I forhold til forebyggelse af frafald er der dog opsamlet viden om, hvordan virksomheder bedst modtager nye lærlinge og gennemfører gode lærlingeforløb. Den viden er videregivet i en virksomhedsrettet brochure om det gode lærlingeforløb og et baggrundsnotat¹⁰.

Dermed nåede projektet frem til fem hovedindsatser:

- **Lokal praktik- og lærepladsoversigt**
En lokal praktik- og lærepladsoversigt giver overblik over uddannelsesmulighederne i de bornholmske virksomheder. Den viser, hvor mange elever de tilmeldte virksomheder har inden for hvilke retninger samt hvor mange, de forventer at tage i løbet af året. Modsat den nationale ordning www.laerepladsen.dk giver Faglært er fedts oversigt altså et let overblik over det *lokale* arbejdsmarked og dets karrieremuligheder.
- **Lokalt virksomhedskatalog og support til virksomhedsbesøg og skolepraktik**
Et katalog over virksomheder skal gøre det lettere for skoleklasser at finde virksomheder til virksomhedsbesøg og praktikker. Samtidig skal support til lærere og virksomheder sikre, at besøg og praktikker sker med høj kvalitet.
- **Lokal kommunikation til uddannelsessøgende**
For at skabe opmærksomhed og viden er der udarbejdet en stor mængde kommunikation og information om ovenstående løsninger og den faglærte vej generelt. For at sikre identifikation og relevans blev alt udarbejdet med lokale vinkler samt lokale unge og virksomheder som hovedpersoner.
- **Lokal kommunikation og support til virksomheder**
For at sikre opbakning fra virksomhederne og gode forhold for eleverne er der gennemført en række tiltag, som kommunikerer til virksomhederne og supporterer dem i arbejdet med at promovere deres respektive fag og skabe gode praktikker, virksomhedsbesøg og lærlingeforløb.
- **Lokalt samarbejdsforum**
Med sit advisory board har Faglært er fedt oprettet et lokalt samarbejdsforum med repræsentanter på tværs af erhvervsliv, kommune og uddannelsesinstitutioner. Målet har primært været at få input og feedback om projektets forskellige indsatser, men advisory boardet har også udviklet sig til et mere generelt netværksforum, som har skabt kontakt, forståelse og koordinering på tværs.

Du kan læse mere om udformning og fordele ved de enkelte indsatser i næste kapitel om inspiration og anbefalinger.

⁹ Se: <https://deg.dk/tal-analyse/eud/laerepladsundersogelse>.

¹⁰ Se materialet på www.faglærterfedt.dk.



Resultater og skaleringspotentialer

De fem hovedindsatser har i vidt omfang været sammenhængende forstået på den måde, at en stor del af kommunikationen fx har handlet om de øvrige løsninger. På samme måde har det lokale samarbejdsforum været særligt aktuelt i relation til de øvrige indsatser.

Omvendt har hver indsats potentialer i sig selv. I CRTs implementeringsevaluering¹¹ kan du læse mere om indsatsernes implementering. Nedenfor følger dog et overblik over de vigtigste resultater samt en vurdering af skaleringspotentialerne for hver indsats.

Lokal praktik- og lærepladsoversigt

Overordnet har målet med den lokale praktik- og lærepladsoversigt været at vise et konkret overblik over uddannelsesmulighederne i de bornholmske virksomheder. Det skal den gøre for at understøtte virksomhedernes behov og vise variationen i mulighederne over for de uddannelsessøgende.

I 2023 er 77 virksomheder tilmeldt. Tilsammen har og/eller tager de elever og lærlinge inden for mere end 60 forskellige fag. Faglært er fedts projektkonsulent er derudover i kontakt med endnu flere virksomheder med henblik på at afdække deres behov.

Ved at minde virksomhederne om at forholde sig til deres behov og give dem mulighed for at annoncere deres udbud, har ordningen kunne vise en meget stor variation i uddannelsesmulighederne i den bornholmske virksomheder. Der har med andre ord været stor opbakning til ordningen, som dermed har levet op til sit formål. Det er valgt at videreføre ordningen i regi af UU Bornholm efter Faglært er fedts afslutning.

Det vurderes, at ordningen let kan skales til andre dele af landet. Særligt vil det være relevant i andre landkommuner, hvor en lignende oversigt kan give overblik over mulighederne i et lokalmiljø, hvor der kan være langt til uddannelser, som ikke er repræsenteret på de lokale erhvervsskoler.

Lokalt virksomhedskatalog og support til virksomhedsbesøg og skolepraktik

Overordnet har målet med virksomhedskataloget og supporten til virksomhedsbesøg og skolepraktik været at skabe fokus på vigtigheden af at arrangere virksomhedsbesøg og praktikker af høj kvalitet. Målet har samtidig været at supportere relevante aktører i deres konkrete roller.

Virksomhedskataloget blev lanceret i 2023 og har første år 37 tilmeldte virksomheder, ligesom der var god tilslutning til Faglært er fedts workshop om det gode virksomhedsbesøg i marts 2023¹². Der er altså god opbakning til indsatsen. Samtidig viser projektets fokusgrupper med unge uddannelsessøgende, at de deltagende unge

¹¹ Center for Regional- og Turismeforskning: Faglært er Fedt Implementeringsevaluering, august 2023

¹² Læs mere om arrangementet på www.faglaerterfedt.dk.



generelt gerne vil ud og opleve fagene på egen krop. Det er for tidligt at vurdere, hvordan ordningen bliver udnyttet i praksis, men det er ved projektets afslutning besluttet at føre ordningen videre i regi af UU Bornholm.

Det vurderes, at ordningen let kan skaleres til andre dele af landet. Særligt vil det være relevant i en afgrænset skala – fx kommuner der er beliggende udenfor de største byer – så kataloget kan hjælpe lokale skoler med at finde virksomheder inden for en overskuelig distance.

Lokal kommunikationsindsats til uddannelsessøgende

Overordnet har målet med den lokale kommunikationsindsats været at ramme uddannelsessøgende med relevante og engagerende budskaber og information om den faglærte vej. Ønsket har været at udvikle og teste kommunikationsprodukter vinklet på lokale forhold og med lokale cases for at skabe optimal identifikation, interesse og relevans.

Projektets evaluering viser, at den lokalt vinklede kommunikation med lokale cases har stort potentiale. De adspurgte unge uddannelsessøgende er langt mere interesserede i materialer, hvor de kan genkende et sted eller en person. Alligevel viser evalueringen også, at de adspurgte unge ikke selv vil være tilbøjelige til at opsøge og orientere sig i diverse informationsmaterialer. De interesserer sig ikke nok for emnet og har svært ved at orientere sig og vurdere, hvad der er relevant.

Den lokalt vinklede kommunikation har et klart skaleringspotentiale. Særligt til andre landkommuner, hvor det vil være let at finde cases, som de fleste kender. Også i større byer vil man dog kunne finde relevante cases – fx kan man bruge kendte virksomheder, som mange ser op til. Skaleringen vil primært være relevant i sammenhænge, hvor der er ressourcer til at målrette indsatser mod UU-vejledere og/eller forældre.

Kommunikation og support til virksomheder

Overordnet har målet med projektets kommunikation og support til virksomhederne været at sikre deres fokus og supportere dem i deres roller i forhold til at promovere deres fag og skabe gode ophold for lærlinge. Som det gør sig gældende med kommunikationen til de uddannelsessøgende, er kommunikationen til virksomhederne også lokalt vinklet og med lokale cases. Der er produceret pjecer og videoer samt afholdt arrangementer. Samtidig har virksomhederne kunnet kontakte projektet med spørgsmål.

Projektets evaluering viser, at virksomhederne generelt har været glade for indsatsen. Interview med udvalgte virksomheder viser, at de først og fremmest har været glade for det ekstra fokus. De har også været glade for den lette adgang til information og det nye fælles talerør, som den kordinerede indsats har skabt

Indsatsen har et klart skaleringspotentiale. Både materialer, arrangementer og personlig kontakt/support kan sagtens fungere i andre dele af landet. Ikke mindst i afgrænsede områder hvor det vil være let at finde cases, som de fleste kender, og hvor det samtidig vil være muligt at skabe et kollektivt fokus på en fælles udfordring – og dermed opbakning til forskellige indsatser.



Lokalt samarbejdsforum

Projektets advisory board blev ikke oprindeligt betragtet som en egentlig indsats, men i stedet som en del af organiseringen af projektet. I praksis har målet således primært været at få rådgivning til projektets øvrige indsatser fra en række af de mest relevante aktører.

Advisory boardet har i den forstand levet op til sit primære formål. Deltagerne har været engagerede og bidraget med masser af gode råd. Undervejs har medlemmernes kendskab til hinanden samtidig udviklet sig, og mange benyttede til sidst lejligheden til at dele relevant viden og oplysninger fra deres verden med de øvrige medlemmer. Det har deltagerne været glade for, fordi det har skabt bedre forståelse og dermed bedre generelt samarbejde og koordinering på tværs.

Et lokalt tværfagligt samarbejdsforum med fokus på at sikre flere faglærte på det lokale arbejdsmarked har potentiale til at kunne skaleres. Særligt i afgrænset skala, hvor der vurderes at være særligt potentiale for at skabe et kollektivt fokus på en fælles udfordring og lave fælles indsatser for at komme den til livs. Lokale samarbejdsfora af denne art kan med fordel etableres hos lokale erhvervsfremmeaktører.



Inspiration og anbefalinger

Projektets resultater og erfaringer viser, at alle dets fem hovedindsatser har spændende potentialer. Erfaringerne på Bornholm har været gode, og de fem hovedindsatser vil kunne skaleres til andre dele af landet.

Faglært er fedts erfaringer viser dog også, at metoderne skal anvendes og implementeres med en række vigtige OBS-punkter for at fungere optimalt. Fx er det helt afgørende at have for øje, at de unge uddannelsessøgende sjældent opsøger inspirationsmaterialer og viden på egen hånd. Der er stort behov for at kommunikere til dem, men løsninger og materialer bør primært distribueres via aktører, som kan facilitere dialogen og skabe relevans og kontekst.

I det følgende kapitel kan du læse vores anbefalinger og finde konkret inspiration til implementering af hver af de fem hovedindsatser.

Anbefalingerne bygger hovedsageligt på projektets egne evalueringer – herunder fokusgrupper og interviews med uddannelsessøgende og virksomheder¹³, interviews med medlemmer fra projektets advisory board og projektets implementeringsanalyse¹⁴ samt data for besøg på projektets hjemmeside og sociale medier¹⁵.

Kapitlet afsluttes med en række anbefalinger og idéer, som ikke fokuserer på Faglært er fedts nyudviklede metoder, men som er kommet frem i løbet af projektet, og som vurderes at have relevans for andre.

¹³ Resonans Nordic: Evaluering – uddannelsessøgende og virksomheder, august 2023

¹⁴ Center for Regional- og Turismedforskning: Faglært er fedt – Implementeringsanalyse, august 2023

¹⁵ Resonans Nordic: Faglært er fedt – Rækkevidde på hjemmeside og sociale Medier, august 2023



Praktik- og lærepladsoversigt

Faglært er fedts praktik- og lærepladsoversigt giver overblik over uddannelsesmulighederne i de bornholmske virksomheder. Den viser, hvor mange elever de tilmeldte virksomheder har inden for hvilke retninger. Den viser også, hvor mange de forventer at tage i løbet af året. Også inden for fag, som ikke udbydes på de lokale erhvervsskoler.

På hovedforløbsniveau består en erhvervsuddannelse primært af en ansættelse som lærling i en virksomhed. Ved at fokusere på udbuddet af lærepladser i lokalområdet, giver oversigten dermed et realistisk billede af de mange lokale uddannelsesmuligheder.

Ved at minde virksomhederne om at forholde sig til deres behov og give dem mulighed for at annoncere deres udbud, har ordningen skullet medvirke til at sikre – og ikke mindst synliggøre – et bredt udbud af lærepladser. I 2023 er 77 virksomheder tilmeldt. Tilsammen har og/eller tager de elever og lærlinge inden for mere end 60 forskellige fag. Faglært er fedts projektkonsulent er derudover i kontakt med endnu flere virksomheder med henblik på at afdække deres behov.

Inspiration

På faglærterfedt.dk kan du se, hvordan projektet har opsat oversigten med mulighed for at sortere efter fag og søge på bestemte ord.

For hver virksomhed viser oversigten, hvor mange elever virksomheden har og forventer at tage inden for hvilke fag. Endelig indeholder den kontaktinformation for hver virksomhed.

The screenshot shows a search interface with filters for 'Virksomhed' (All companies), 'Stilling' (All positions), and 'Søg' (Search). Below the search bar, there are four job listings:

- ASBALLE BYG SØLLE**: 1 Tæpperlærling, 1 Murerlærling. Optag 2023: 0. <http://aarsdalebyg.dk/>
- Elektronikfagteknikerlærling**: Optag 2023: 1. www.fornvaert.dk
- NEXO TÆPPER & VINYL**: 1 Gulvlæggerlærling. Optag 2023: 1. www.ntov.dk. Tager gerne erhvervspraktikanter. Kontakt: Thomas Nimb, thomas@ntov.dk
- Staldlærling**: 2 Murerlærlinge, 1 Staldlærling. Optag 2023: 2 Murerlærlinge, 1 Staldlærling. Tager gerne erhvervspraktikanter. Kontakt: Mathias Karlsen, tlf. 2070 9546, info@skatilsads.dk

Faglært er fedts projektkonsulent har indhentet oplysningerne fra virksomhederne ved at tage kontakt via mail og eventuelt følge op telefonisk i begyndelsen af hvert år. Projektet har desuden mindet virksomhederne om at tilmelde sig og sende deres oplysninger i nyhedsbreve samt via opfordringer i lokalpressen. Presseomtalen har i det hele taget været en vigtig del af indsatsen, fordi den har skullet medvirke til at sprede budskabet om den store variation i mulighederne.

Som en del af indsatsen rettet mod virksomhederne er der udarbejdet en brochure med information om det at have en lærling – inkl. gode råd om at tilrettelægge et godt lærlingeforløb – for både lærling og virksomhed.



Anbefalinger

- **Distribuer via formelle og uformelle vejledere**
Projektets evaluering viser, at de adspurgte unge uddannelsessøgende typisk ikke selv vil være tilbøjelige til at opsøge oversigten. De har brug for nogen, der kan hjælpe med at sætte oplysningerne i kontekst og gøre dem relevante. Det er derfor en klar anbefaling, at oversigten primært skal spredes via de formelle og uformelle vejledere for de uddannelsessøgende – fx uddannelsesvejledere og forældre.
- **Tilføj beskrivelser af virksomhederne**
Projektets evaluering viser, at en del unge uddannelsessøgende efterspørger små beskrivelser af virksomhederne. Selvom det er lokale virksomheder, kender de dem ikke nødvendigvis. Det kan fx beskrives, hvordan den enkelte arbejdsplads adskiller sig fra andre arbejdspladser med elever inden for samme fag.
- **Tilføj information om erhvervspraktik**
Med oversigten for 2023 blev det besluttet også at spørge virksomhederne, hvorvidt de er villige til at tage erhvervspraktikanter fra grundskolen. Vores fokusgrupper med uddannelsessøgende viser, at de deltagende unge ser et potentiale i den tilføjelse.
- **Kombiner om muligt indsatsen med andre opgaver**
Faglært er fedt har brugt forholdsvis mange ressourcer på at indhente oplysningerne til oversigten. Om muligt kan det derfor anbefales at samtænke indsatsen med andre indsatser, som i forvejen har løbende kontakt til lokale virksomheder – fx omkring arbejdskraft. Man kunne fx afdække mulighederne for et samarbejde med relevante brancheorganisationer.
- **Kombiner indsatsen med et lokalt virksomhedskatalog**
Af ressourcemæssige hensyn kan indsatsen med fordel kombineres med det virksomhedsopsøgende arbejde, der foregår i forbindelse med udarbejdelse af et lokalt virksomhedskatalog (se næste side).



Virksomhedskatalog

For mange unge er gymnasiet "det sikre valg", hvis de er usikre på, hvad de vil efter grundskolen. De kender de fleste fag fra grundskolen, og undervisningsformen er nogenlunde ens. Her kan den faglærte vej virke mere fremmed. For hvad laver man som smed eller ernæringsassistent? Og hvordan er hverdagen på en rigtig arbejdsplads?

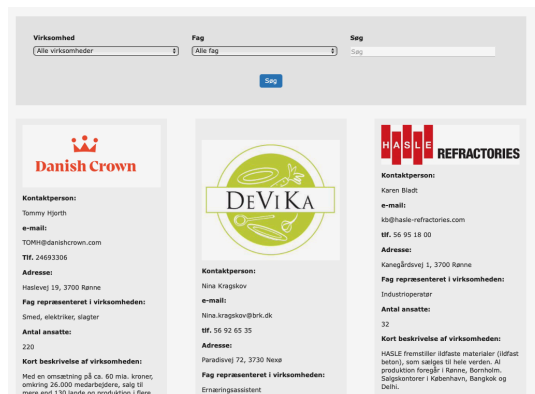
Den type spørgsmål gør det svært at træffe det uddannelsesvalg, der passer bedst til den unges egentlige interesser og fremtidsdrømme. Derfor har Faglært er fedt udarbejdet et katalog over virksomheder, hvor klasser fra øens grundskoler kan komme på besøg. Ideen er at gøre det let for lærere og elever at få overblik over, hvor man kan opleve hvilke fag.

Virksomhedskataloget blev lanceret i 2023 og har allerede første år 37 tilmeldte virksomheder.

Inspiration

På faglærterfedt.dk kan du se, hvordan projektet har opsat virksomhedskataloget på Bornholm med mulighed for at sortere efter fag og søge på bestemte ord.

Kataloget indeholder små beskrivelser af hver virksomhed og information om, hvilke fag der er repræsenteret i virksomheden. Endelig indeholder den kontaktinformation.



Ved at tilmelde sig virksomhedskataloget forpligter virksomhederne sig til:

- At tage imod elevbesøg fra overbygningen på de lokale grundskoler på et aftalt tidspunkt (varighed 1-2 timer).
- Så vidt muligt stille med minimum en lærling og en ansvarlig, som fortæller om virksomheden, dens uddannelsesmuligheder og fag.

Faglært er fedts projektkonsulent har indhentet oplysningerne fra virksomhederne ved at tage kontakt via mail og telefon. Projektet har desuden mindet virksomhederne om at tilmelde sig i nyhedsbreve samt via opfordringer i lokalpressen.



Endelig inviterede Faglært er fedt i februar 2023 skolelærere og virksomheder til en fælles workshop om det gode virksomhedsbesøg. Parterne fik mulighed for at møde hinanden og diskutere, hvordan de bedst kan forventningsafstemme og samarbejde om besøg og praktikker. Som output udarbejdede projektet et idékatalog med gode råd, som kan distribueres sammen med virksomhedskataloget¹⁶.

I projektperioden har Faglært er fedts projektkonsulent kunnet bookes til oplæg forud for besøget.



Anbefalinger

- **Distribuer til grundskolens lærere**
Projektets evaluering indikerer, at unge i grundskolen næppe selv vil være tilbøjelige til at opsøge et virksomhedskatalog på nettet og foreslå et besøg i klassen. Det er derfor afgørende at gøre grundskolernes lærere opmærksomme på muligheden.
- **Spred best practice til lærere og virksomheder**
Ved Faglært er fedts workshop om det gode virksomhedsbesøg kom det frem, at der ifølge de deltagende virksomheder og lærere er forskel på kvaliteten af virksomhedsbesøgene. I den forbindelse kan det anbefales at distribuere virksomhedskataloget sammen med materiale og evt. arrangementer, der promoverer best practice på området¹⁷. Her er det særligt afgørende at hjælpe med gode råd om:
 - Hvordan forventningsafstemmes der bedst muligt mellem lærer og virksomhed?
 - Hvordan forbereder man eleverne bedst muligt på besøget?
 - Hvordan følger man op på besøget efterfølgende – med eleverne og i forhold til samarbejdet mellem lærere og virksomhed?
- **Kombiner indsatsen med praktik- og lærepladsoversigt**
Denne indsats kan med fordel kombineres med det virksomhedsopsøgende arbejde, der foregår i forbindelse med udarbejdelse af en lokal praktik- og lærepladsoversigt (se ovenfor).

¹⁶ Læs mere om arrangementet og se idékataloget på www.faglaerterfedt.dk.

¹⁷ Læs mere i afsnittet om inspiration ovenfor.



Lokal kommunikation til uddannelsessøgende

I hele projektperioden har Faglært er fedts kommunikation målrettet uddannelsessøgende været en af de vigtige hjørnesten. Det primære formål med kommunikationen til uddannelsessøgende har været at sikre opmærksomhed, nysgerrighed og information om den faglærte vej.

Kommunikationen er distribueret direkte til relevante målgrupper eller via aktører med adgang hertil – fx skolelærere og UU-vejledere. Alt materiale har løbende været publiceret på hjemmesiden www.faglærterfedt.dk, ligesom projektet har udsendt nyhedsbreve, lavet presseindsatser og distribueret diverse materialer på messer osv. Endelig har projektet gjort opmærksom på diverse aktiviteter, materialer med mere på sociale medier.

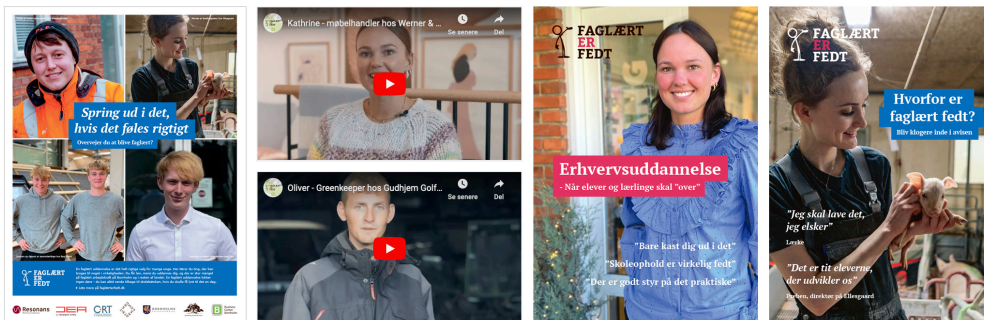
Inspiration

Faglært er fedt har fra begyndelsen udarbejdet et logo samt en gennemgående grafisk identitet, så skrifttyper, farver m.m. anvendes ensartet på tværs af alle materialer.

Herefter har projektet produceret en række brochurer, annoncer, plakater, artikler, videoer m.m. De fleste materialer er udarbejdet, så de fungerer digitalt og samtidig kan trykkes som fysiske brochurer, kataloger osv.

Uanset format og kanal har den gennemgående tanke været, at alt materiale skulle vinkles på lokale forhold og anvende lokale cases, som kunne gøre kommunikationen så relevant som muligt og sikre identifikation. Bl.a. har vi identificeret en række unge, som kan fungere som rollemodeller, og portrætteret dem på plakater, i videoer, i pjecer m.m.

Du kan se de centrale materialer på faglærterfedt.dk.





Anbefalinger

- **Kommunikationen til de unge skal gå via formelle og uformelle vejledere**
Projektets evaluering viser, at de adspurgte unge generelt synes godt om projektets materialer. Alligevel er det usandsynligt, at de selv vil opsøge den slags materialer, og de har svært ved at reflektere over, hvad de konkret kan bruges til. Derfor bør materialerne første og fremmest distribueres via de unges formelle og uformelle vejledere – særligt UU-vejledere og forældre – der vil kunne udvælge de materialer, der er relevante for den enkelte og sætte informationen i kontekst. Da de fleste af de unge nævner deres forældre som vigtigste kilde til inspiration og sparring, kan det overvejes at udvikle kampagner og materialer direkte rettet mod forældre.
- **Prioriter videoer og billeder til de unge**
Projektets evaluering viser, at de adspurgte unge er mest interesserede i billeder og videoer. Meget få læser frivilligt længere tekster. De foretrækker generelt projektets videoer med andre bornholmere, som har valgt en faglært uddannelse. De synes generelt, at de lidt længere videoer er mest interessante, fordi man får mere at vide. 30 sekunder bliver for kort, mens 90 sekunder passer bedre.
- **Hold fokus på selve jobbet**
Materialerne fanger generelt de unge bedst, når man ser case-personer i en arbejdssituation. De unge er typisk mindre opmærksomme, når man blot ser et portrætfokus. Flere af de adspurgte unge nævner, at de generelt er mest interesserede i at se, hvad man laver i hverdagen og mindre interesserede i mere teknisk information om opbygning af uddannelser osv.
- **Brug lokale cases**
De unge er generelt mest interesserede, når de ser unge, som de kender eller genkender. I vores fokusgrupper med uddannelsessøgende ytrer de unge generelt, at de ville interessere sig langt mindre for materialerne, hvis case-personerne fx havde været unge fra en anden kommune. Det er naturligvis ikke muligt at lave materialet, så alle kender alle, men selv det at se case-personerne i et genkendeligt miljø gør en stor forskel, nævner de.
- **Hold kommunikationen autentisk**
I vores fokusgrupper med uddannelsessøgende viste vi flere gange en video, hvor faglærte fortæller om deres fag ud fra et manuskript. Alle var enige om, at dette fungerer langt dårligere end de øvrige videoer, hvor de unge taler frit. Generelt er de enige om, at materialet skal fremstå autentisk.
- **Overvej brugen af sociale medier**
Faglært er fedt har bl.a. brugt Facebook og Instagram til at distribuere annoncer og andet materiale til de uddannelsessøgende. Vores fokusgrupper med uddannelsessøgende viser imidlertid, at de deltagende unge ikke bruger disse medier særligt meget. Skal man ramme dem, skal det i stedet være med videoer på YouTube og TikTok, vurderer de fleste. Data fra projektets sociale medier viser da også, at en meget lille del af følgerne er unge under 30 år¹⁸. Sammenholdt med anbefalingen om, at materialer til de unge primært bør ramme via formelle

¹⁸ Resonans Nordic: Faglært er fedt – Rækkevidde på hjemmeside og sociale Medier, August 2023



og uformelle vejledere, kan man overveje, hvorvidt man skal bruge ressourcer på at poste og annonce direkte til de unge på sociale medier.



Kommunikation og support til virksomhederne

I hele projektperioden har Faglært er fedts kommunikation målrettet virksomheder været et vigtigt element. Det primære formål med kommunikationen til virksomhederne har været at sikre fokus og supportere dem i forhold til at promovere sig selv og deres fag samt at skabe gode praktikker, virksomhedsbesøg og lærlingeforløb.

Derfor er der udviklet en række kommunikationsindsatser samt støttematerialer. Projektet har derudover afholdt flere arrangementer, hvor virksomhedsrepræsentanter kunne få faglige oplæg og sparre med hinanden samt med andre relevante aktører. Sidst men ikke mindst har projektet i næsten al kommunikation opfordret virksomhederne til at kontakte projektet med spørgsmål. En del har valgt at ringe til projektkonsulenten med spørgsmål – fx virksomheder, som har ønsket at rekruttere elever til fag, der ikke er repræsenteret på de lokale erhvervsskoler.

Uanset format og kanal har den gennemgående tanke været, at alt materiale skulle vinkles på lokale forhold og anvende lokale cases, som kunne gøre kommunikationen så relevant som muligt og sikre identifikation.

Inspiration

Al kommunikation til virksomhederne har anvendt Faglært er fedts logo og gennemgående grafiske identitet for at sikre genkendelighed og løbende fokus.

Til virksomhederne er der produceret nyhedsbreve, videoer, artikler og pjecer samt afholdt arrangementer. Overordnet er der kommunikeret og supporteret om tre temaer:

- Det gode lærlingeophold
- Det gode skolebesøg
- At promovere sin virksomhed som arbejdsplads

Du kan se materialerne og læse om arrangementerne på faglarterfedt.dk.





Anbefalinger

- **Det skal være let**

I vores evalueringsinterview med repræsentanter fra lokale virksomheder pointerer flere, at de har travlt. Det er derfor ikke en selvfølge, at de finder tid til at deltage i et arrangement eller læse en brochure fra A til Z. Man bør derfor have et særligt fokus på materialer, hvor det er muligt at afkode budskaber i kommunikationen hurtigt. Samtidig er det en god idé at være tilgængelig for direkte sparring. I interviewene med virksomhederne pointeres det således også, at det har bidraget med god værdi, at man har haft let kontakt til en projektkonsulent med indsigt i området.

- **Mix af kanaler og formater**

En del virksomheder har dog også været glade for Faglært er fedts arrangementer. Der har været god opbakning til selve arrangementerne, hvor lokale virksomheder har deltaget og bidraget. I vores interview med repræsentanter fra lokale virksomheder nævner flere således også, at de har været glade for at kunne mødes med andre virksomheder og dele erfaringer. Et bredt mix af kanaler og formater vil med andre ord være en god idé, når man vil kommunikere og supportere virksomhederne og forsøge at ramme så mange som muligt. Arrangementer, personlig kontakt, hjemmeside og pjecer kan forskellige ting og taler til forskellige typer.

- **Kombiner indsatsen med oprettelsen af lokalt samarbejdsforum**

Denne indsats kan med fordel kombineres med oprettelsen af et lokalt samarbejdsforum, hvor udvalgte virksomheder er repræsenteret. På den måde sikres relevans og lokal forankring – herunder hos de aktører, som virksomhederne skal samarbejde med.



Lokalt samarbejdsforum

Projekt Faglært er Fedts advisory board har bestået af repræsentanter fra lokale virksomheder, lokale uddannelsesinstitutioner, kommunens jobcenter og ungeindsats, politiske udvalg inden for skole og beskæftigelsesområdet samt lokale branche- og fagforeninger. Business Center Bornholm fungerede som sekretariat.

Oprindeligt var advisory boardets formål at rådgive projektet om dets planlagte indsatser samt bidrage med viden og ideer, dels til nye indsatser, dels til justeringer i allerede igangsatte indsatser.

I løbet af projektperioden udviklede medlemmerne deres kendskab til hinanden, og mange benyttede lejligheden til også at dele relevant viden og oplysninger fra deres verden med de øvrige medlemmer. Mod projektets afslutning blev det tydeligt, at medlemmerne syntes, at det var givtigt at have et tværfagligt forum på tværs af virksomheder, uddannelsesinstitutioner samt kommunens politiske led og dens forvaltninger.

Inspiration

Konkret stiftede Faglært er fedt sit advisory board ved projektets opstart. Fokus var at opnå en så bred repræsentation inden for alle relevante fagligheder og brancher som muligt. Konkret har advisory boardet bestået af repræsentanter fra Business Center Bornholm, Bornholms Regionskommune, Resonans Nordic, Tænk tanken DEA, CRT, Campus Bornholm, Bornholms Sundheds- og Sygeplejeskole, Dansk Byggeri, Tekniq Bornholm, Horesta, Bornholms Landbrug & Fødevarer, SMV – Bornholm, Dansk Industri, Dansk Erhverv, Dansk Metal, EL – forbundet, 3F, FOA, HK, Sparekassen Bornholms Fond, Børne- og Skoleudvalget samt Job-, Udvikling- og Fritidsudvalg.

På møderne blev der givet en status på projektets udvikling, ligesom der blev holdt oplæg inden for forskellige temaer. Møderne blev gennemført med en uformel stemning, og der var tid til at give ordet frit. Advisory boardet mødtes to gange årligt.

Anbefalinger

- **Afsæt ressourcer til betjening**

Det er vigtigt, at indsatsen har et sekretariat med ressourcer til at betjene samarbejdsforummet – herunder til at forberede gæsteoplæg eller lignende. Projektets evalueringer viser, at der skal være et dedikeret sekretariat, hvis medlemmerne skal bruge tid på at deltage.

- **Virksomheder fra mange brancher skal være repræsenteret**

Projektets evaluering viser, at forummet med fordel kan inkludere en del virksomheder, som repræsenterer mange brancher, fag og virksomhedstyper. Det er vigtigt med et klart virksomhedsperspektiv, hvis virksomhederne skal tage sig tid til at deltage.



- **Uformel stemning og åbenhed**

Projektets evaluering viser, at det er en god idé at facilitere en uformel stemning og åbenhed mellem medlemmerne. Medlemmerne skal føle et klart tilhørsforhold, så der sikres kontinuitet i medlemskredsen.

- **Afdæk og afstem forventninger**

Det er vigtigt at afdække og afstemme medlemmernes forventninger til samarbejdsforummets virke. Projektets evaluering viser, at nogle vil være tilfredse med at dele og modtage ny viden og nye perspektiver. Andre vil måske kun investere tid i at deltage, hvis der er mulighed for fx at udvikle konkrete indsatser eller projekter.

- **Faciliter onboarding af nye medlemmer**

Projektets evaluering viser, at der bør afsættes ressourcer til at facilitere onboarding af nye medlemmer, især de medlemmer der måtte komme til efter forummets oprindelige etablering. For at medlemmerne kan fungere og bidrage, skal de have kendskab til forummet og deres egen rolle.



Yderligere inspiration og anbefalinger

I Faglært er fedts projektperiode har projektet løbende været i dialog med diverse interessenter, som er kommet med gode råd og input til aktiviteter og indsatser, som det kunne være relevant at tilføje. Det kan du blandt andet læse om i publikationen "Idékatalog: Sådan får vi flere faglærte på Bornholm"¹⁹.

Projektet har hverken haft ressourcer eller mandat til at forfølge alle disse. Nedenfor opsummerer vi alligevel to input, som projektet har fået gentagne gange og som vurderes at have særlig relevans – også uden for Bornholm.

- **Ikke alle skal komme fra folkeskolen**

På Faglært er fedts slutspurtskonference var der enighed om, at man bør passe på med at se bestræbelsen på at få flere faglærte som en konkurrence med gymnasiet. Tværtimod kan det være relevant for virksomhederne at få lærlinge med en gymnasial baggrund. Måske kan man gøre mere for at henvende sig til elever, som snart er færdige i gymnasiet, blev det foreslået.

- **Mere fællesskab**

Det kan være ensomt at være lærling. Især i små virksomheder. På Faglært er fedts slutspurtskonference samt i vores evalueringsinterview med udvalgte virksomheder blev det foreslået, at man kunne overveje at lave arrangementer, der samler alle lærlingene på tværs af praktikvirksomhed. På samme måde kan nogle specialer være meget små. Det er derfor også blevet foreslået, at man kunne gøre mere for skabe et studiemiljø, der samler på tværs af specialerne. I vores evalueringsinterview foreslår flere virksomheder fx, at der bør arrangeres fælles fejring for lærlinge, der afslutter deres uddannelse, så det højtideligholdes mere på niveau med studenterfejring. I projektets midtvejsevaluering udviste flere af de interviewede unge også en interesse for fælles aktiviteter med andre lærlinge. Der var dog stor variation i, hvilke aktiviteter de ønskede at deltage i. Nogle ønskede faglige fællesskaber, andre rent sociale aktiviteter. Der er derfor brug for flere brugerbaserede undersøgelser²⁰.

¹⁹ Find idékataloget på www.faglærterfedt.dk.

²⁰ Center for Regional- og Turismeforskning: Projekt Faglært er Fedt – Baselineanalyse og midtvejsanbefalinger, april 2022



Tak

Faglært er fedt havde ikke været muligt uden projektets mange bidragsydere og samarbejdspartnere. Først og fremmest vil vi gerne sende en dybfølt tak til Tietgenfonden, Bornholms Regionskommune og Sparekassen Bornholms Fond, som hver især har bidraget med både finansiering og vigtige input som medlemmer af projektets styregruppe.

Projektets faste videnspartnere har også fortjent en stor tak. Tænk tanken DEA og Center for Regional- og Turismeforskning har fra begyndelsen bidraget med uundværlig viden og indsigt i vores målgruppers handlemønstre, motivationsfaktorer m.m. Viden og indsigt som har gjort det muligt at målrette vores indsatser og få mest muligt ud af projektet.

Vores faste kommunikationspartner, Resonans Nordic, har også været med hele vejen og gjort en uundværlig indsats for at kommunikere professionelt og engagerende til og med virksomheder, uddannelsessøgende og alle de andre interessenter, som vores projekt har haft.

Sammen med vores videns- og kommunikationspartnere har repræsentanter fra Campus Bornholm, Bornholms Sundheds- og Sygeplejeskole, Dansk Byggeri, Tekniq Bornholm, Horesta, Bornholms Landbrug og fødevare, SMV – Bornholm, Dansk Industri, Dansk Erhverv, Dansk Metal, EL – forbundet, 3F, FOA, HK, Børne- og Skoleudvalget samt Job-, Udvikling- og Fritidsudvalget udgjort projektets advisory board. Alle har bidraget med vigtig sparring og stor entusiasme, som har smittet af på alt, hvad projektet har foretaget sig.

Mere end 100 virksomheder har hjulpet med oplysninger, ladet sig interviewe, budt elever på besøg og/eller deltaget i vores arrangementer. Virksomhederne har været projektets fundament. De har set et behov for at handle, gjort noget ved det og taget medansvar for Bornholms fremtid.

På samme måde har en lang række uddannelsesvejledere, skolelærere og faglærere været en afgørende støtte for projektet. De har givet gode råd, bidraget til vores arrangementer og hjulpet med at skærpe og sprede vores budskaber og materialer.

Og så er der jo de uddannelsessøgende. Dem det hele handler om. De har ladet os komme besøg i deres klasser. De har læst vores materialer, set vores videoer, sagt deres mening og forhåbentlig ladet sig inspirere.

Projekt Faglært er fedt slutter i oktober 2023. Men vores sammenhold og samarbejde fortsætter. Manglen på faglært arbejdskraft er en fælles udfordring, som kræver fælles løsninger. Og på Bornholm ved vi, hvordan man løfter i flok!