

Grafisk Uddannelsessekretariat

Flere grafisk teknikerelever på landkortet

AUB-projektnr. 3714

Januar 2017

Indledning og sammenfatning

Grafisk Uddannelsesudvalg tog i foråret 2015 initiativ til at øge antallet af virksomheder, der indgår en uddannelsesaftale med en grafisk teknikerelev gennem et AUB-projekt med fokus på virksomhedernes rekruttering. Trods vækst inden for flere områder og gode beskæftigelsesudsigter var tilgangen til uddannelsen på tidspunktet kun det halve af behovet¹. Samtidig var uddannelsen udfordret af Hansenbergs beslutning om ikke længere at udbyde uddannelsen, hvorefter Next Uddannelse København og Tech College i Aalborg placeret i hver sin ende af landet fra starten af 2015 stod for udbuddet. Nye vilkår for uddannelsen var desuden, at der i forbindelse med reformen blev indført adgangs begrænsning og etableret skolepraktik.

Udvalget ansøgte på den baggrund om AUB-midler og modtog en bevilling på 374.000 kr. til at gennemføre forskellige aktiviteter målrettet virksomhederne. Hele indsatsen er blevet modtaget meget positivt af branchen og gennemført i et tæt samarbejde med skolerne. Der er sket en markant stigning i både uddannelsesaftaler og godkendelser, og flere virksomheder viser interesse for at tage en elev. Fremgangen skyldes ikke mindst indsatsen, hvor alle virksomheder godkendt til uddannelsen er besøgt af skolernes virksomhedskonsulenter, og at mere end 900 ikke godkendte virksomheder er blevet kontaktet i efteråret 2016 og et stort antal virksomhederne efterfølgende besøgt i projektets afsluttende fase.

Udover den formelle afrapportering til AUB redegøres mere fyldestgørende for formål, målsætninger, erfaringer og resultater af projektet i denne rapport. På den måde kan erfaringerne og den indhøstede viden om metoder, branchen mv. blive til gavn for uddannelsen og praktikpladsarbejdet for eksempel ved at perspektivere erfaringerne ind i et opfølgende projekt med fokus på elevrekruttering til uddannelsen.

Ekstra uddannelsesaftaler og flere godkendte virksomheder

Mere end 300 virksomheder er besøgt i perioden, og resultater i form af flere uddannelsesaftaler og flere godkendte virksomheder og øget kendskab og opmærksomhed omkring uddannelsen er markante. Allerede fra starten af 2016 begyndte de månedlige opgørelser over tilgangen til uddannelsen at udvikle sig positivt som en tendens, der har holdt sig siden. En koordineret og systematiseret praktikpladsopsøgende indsats har således vist resultater til gavn for branchen med betydelige sidegevinster i form af virksomhedernes øgede kendskab til uddannelsen og for vores vedkommende et bedre kendskab til virksomhedernes produktion og behov. Udvalget har sammen med først Next Uddannelse København og Tech College, og senere Tech College som landsskole styrket det praktikpladsopsøgende arbejde overfor virksomhederne og formålet at åbne nye døre til praktikpladser indenfor områder som digital print og skiltebranchen. Også inden for flexo og tekstiltryk ser der ud til at være muligheder.

Ændrede forudsætninger

I løbet af projektet er der sket væsentlige ændringer i forudsætninger for projektet og rammer for uddannelsen. Efter en længerevarende uafklaret situation omkring udbuddet af uddannelsen blev Tech College i august 2016 af ministeriet udpeget som landsskole for grafisk teknikeruddannelsen. Virksomhedernes lokale rekruttering af elever er dermed kommet yderligere i fokus, når uddannelsen kun udbydes et sted i

¹ Grakoms undersøgelse om beskæftigelse og det fremtidige behov for arbejdskraft, <http://www.grafiske-uddannelser.dk/om-os/bibliotek-over-rapporter-mv/>.

landet. Landsskolemodellen har også betydet, at der skulle findes nye måder at organisere det opsøgende arbejde på undervejs i projektet og fremover.

Formålet og resultater

Formålet med projektet har været at sikre den fornødne tilgang af faglærte til arbejdsmarkedet gennem at øge antallet af virksomheder, der indgår en uddannelsesaftale med en grafisk teknikerelev. Hovedaktiviteten har været virksomhedsbesøg med fokus på klare budskaber og information om uddannelsen, lokal rekruttering samt etablering af branchenetværk. Målsætningen har været at opnå en vækst på mere end 50% uddannelsesaftaler i projektperioden, og at andelen af praktikpladsgodkendte virksomheder med elever steg til 40% ved projektets afslutning.

- AUB-projektet startede 1. juni 2015 og er med en forlængelse forløbet frem til 31. oktober 2016.
- Hele 53% er væksten i uddannelsesaftaler i perioden 1. november 2015 til 31. oktober 2016 fra 36 til 55 aftaler, og antallet af virksomheder med elever er steget til 34%. Samtidig er andelen af godkendte virksomheder med *mere end* en elev steget, så 31% af virksomhederne har mere end en grafisk teknikerelev ansat.
- Antallet af igangværende elever er steget med 25% i perioden fra 87 til 109 elever.
- Mere end 300 virksomheder er besøgt i forbindelse med projektet.
- Samtlige godkendte virksomheder (183 virksomheder ved projektstart) har modtaget besøg af skolernes opsøgende medarbejdere og fået informationsmateriale, inspiration til annoncering efter elever mm. stillet til rådighed.
- Mere end 900 ikke godkendte virksomheder i hele landet er kontaktet om møde om praktikgodkendelse, heraf er mere end 100 virksomheder besøgt inden for projektperioden, og der er aftale om flere besøg inden årets udgang (2016) som følge af projektet.
- Indsatsen har resulteret i 20 nye godkendelser eller udvidelser af godkendelser i perioden.
- Praktikpladsindsatsen er blevet understøttet af fagligt udvalgs markedsføringsindsats, som sammen med AUB-projektet har skabt synlighed om uddannelsen og dens muligheder.
- Projektet har modtaget en supplerende bevilling fra Grafisk Uddannelsesfond til at engagere et professionelt mødebookingfirma til at skaffe aftaler med potentielle uddannelsesvirksomheder.

Praktikindsatsens næste skridt

En positiv udvikling er sat i gang, mens den fulde effekt af indsatsen først kan opgøres i løbet af 2017. Udvalget har derfor besluttet at foretage en evaluering af indsatsen i foråret 2017 for at se på den langsigtede effekt. Skolens vurdering ud fra den positive modtagelse af indsatsen er, at der fortsat er et potentiale for flere praktikpladser i virksomheder i hele landet. Det skal udnyttes, for arbejdskraftbehovet er fortsat større end tallet for indgåede uddannelsesaftaler.

Udfordringen er fortsat at dække hele landet og finde løsninger på, hvordan virksomheder med stor afstand til skolen sikres at kunne tegne aftaler og få adgang til informationer om uddannelsen. En vigtig opgave er at understøtte den lokale rekruttering, så eleverne overvejende findes lokalt, og efterspørgslen på elever ikke ender med at blive en lige så stor udfordring som manglen på praktikpladser.

Januar 2017

Projektansøgning, bevilling og projektperiode

Udvalget ansøgte i april 2015 om AUB-midler til projektet *Flere grafisk teknikerelever på landkortet* og fik bevilget 374.000 kr. til aktiviteter, der skulle øge tilgangen og kendskabet til uddannelsen i perioden 1. juni 2015 til 31. juli 2016 med senere forlængelse til 31. oktober 2016. Projektets elementer og faser:

Fase 1: Introduktion og tilrettelæggelse (juni – oktober 2015)

Tilrettelæggelse af besøgsrunde 1 på godkendte virksomheder med udarbejdelse af informationsmateriale og startpakke til virksomhederne. Deltagelse på Sign & Print messe i september i Odense med nyt informationsmateriale sideløbende med planlægning af lokale netværksaktiviteter, herunder Dansk Grafisk Konference på Tech College.

Fase 2: Besøgsrunde godkendte virksomheder (november 2015 – april 2016)

Brev fra organisationerne til de godkendte virksomheder understøttet af omtale i fagblade og nyhedsbreve. Besøg hos samtlige godkendte virksomheder fra november 2015 til april 2016.

Fase 3: Besøgsrunde ikke godkendte virksomheder (august – december 2016)

Tilrettelæggelse af besøgsrunde 2 på ikke godkendte virksomheder, herunder generering af grundlister. Besøg på ikke godkendte virksomheder fra oktober til udgangen af 2016 samt opfølgning på besøgsrunde 1.

Fase 4: Evaluering og afrapportering (december 2016)

Evaluering af projektets resultater og erfaringer sammen med Tech College med henblik på afrapportering til AUB samt senere perspektivering ind i nye projekter, for eksempel en AUB-ansøgning i foråret 2017.

Projektmodel og metode

Et formål har været at skabe en langsigtet og holdningsændrende indsats over for godkendte som ikke godkendte virksomheder, så virksomhederne tager elever og i højere grad rekrutterer lokalt. Fokus har været på synliggørelse af uddannelsen og etablering af branchenetværk for at styrke relationen mellem skole og branche. De centrale budskaber har været behovet for arbejdskraft, fokus på det virksomheden opnår ved at tage elever og fordele ved at rekruttere lokalt. Den samme systematiske metode og model er anvendt over for både godkendte og ikke godkendte virksomheder.

Indsatsen har været tilrettelagt med anvendelse af data fra EASY-P og brancheregistre, arbejdsdeling mellem sekretariat og skoler og med få enkle budskaber formidlet gennem informationsmateriale og gennem den personlige kontakt med skolens opsøgende medarbejder. Der er udarbejdet materiale til brug for indsatsen og som led i udvalgets generelle markedsføringsindsats i form af virksomhedsrettede foldere og fakta-materiale. Uddannelsens nye brand og logo har formålet at skabe synlighed og sammenhæng med et signal om, at indsatsen er landsdækkende. De opsøgende medarbejdere fortæller, at udvalgets materiale er blevet genkendt og rost under besøgene.

En løbende opsamling af viden og fakta om praktikpladssituationen har understøttet og kvalificeret arbejdet.

Projektet er gennemført i samarbejde med Next Uddannelse København og Tech College, som har stillet opsøgende medarbejdere til rådighed. Next trådte ud af projektet i maj 2016 i forbindelse med skolens ud-lægning af uddannelsen til Tech College. Sekretariatet har varetaget projektledelsen med ansvar for møder og løbende opfølgning, udsendelse af breve og materiale samt økonomi, mens skolerne har tilrettelagt og udført det opsøgende arbejde, deltaget i arbejds- og styregrupper og stået for etablering af netværksgrup-per og planlægning af konference.

Systematisk metode i kontakten til virksomhederne

I kontakten med virksomhederne har de centrale budskaber været omkring udfordringen, som uddannel-sen og branchen aktuelt står med:

Budskab 1: For øjeblikket uddannes mindre end halvdelen af det, branchen har brug for.

Budskab 2: Virksomhederne skal selv rekruttere elever, fordi det giver den bedste tilknytning og virksomhe-den er bedst til at sælge sig selv.

Organisationerne stod bag en fælles henvendelse med et organisationsbrev til samtlige godkendte virksom-heder med oplysning om den forestående indsats og opfordring til at tage en elev (bilag 1). Henvendelsen tog udgangspunkt i de centrale budskaber og var underskrevet af formand og næstformand for udvalget og vedlagt foldere om uddannelsen og om indgåelse af uddannelsesaftaler. Samtidig blev indsatsen omtalt i organisationernes blade og nyhedsbreve med øget synlighed omkring uddannelsen og dens muligheder. I forbindelse med besøgsrunde 2 blev der grundet tidspres, logistik i forhold til aftaler med videre ikke sendt breve eller materiale ud forinden.

Sekretariatet stillede et standardmateriale til rådighed og sørgede for løbende at sende brevene, så materi-alet blev modtaget tæt på det planlagte besøg. Skolerne har i projektperioden alene anvendt det fælles ma-teriale i kontakten til virksomhederne, så virksomhederne oplevede, at det var tale om en særlig indsats. Standardmaterialet eller startpakken bestod af en uddannelsesmappe med følgende indhold:

- To virksomhedsrettede foldere, en om uddannelsen og en om at indgå uddannelsesaftaler
- Et faktaark om voksenspor (euv)
- Inspirationstekst til virksomhedens annoncering efter elever
- Eventuelt materiale om skolens AMU-tilbud

De opsøgende medarbejdere fortæller, at det professionelle materiale, branchekendskabet og tilknytnin-gen har haft positiv betydning for virksomhedskontakten. Som fagperson kender den opsøgende medarbej-der uddannelsen og dens muligheder. Også skolens hjælp med det praktiske omkring uddannelsesaftaler, godkendelse og inspirationen til aktiv søgning efter elever har haft betydning (bilag 2).

Branchekendskabet var også en fordel, da en caller med grafisk baggrund medvirkede til mødebooking ved besøgsrunde 2. Udover hurtigt at finde frem til det centrale i henvendelsen til virksomhederne, oplevede virksomhederne calleren næsten som en kollega med samme sprog og forståelse af branchen.

Den systematiske tilgang følger anbefalingerne om god praksis i det opsøgende arbejde jævnfør videns- og inspirationskataloget *God praksis i den opsøgende indsats*. God praksis i det opsøgende arbejde er kendetegnet ved fem grundlæggende forudsætninger²:

- 1) *Organiseringen af praktikpladsindsatsen*, så indsatsen er tilpasset branchen.
- 2) *Tæt virksomhedskontakt*, fordi etablering af gode og tillidsfulde relationer er en kerneopgave i erhvervsskolernes praktikpladsindsats. Øget systematik og opfølgning samt fokus på et højt serviceniveau overfor virksomhederne er centrale forudsætninger for, at den opsøgende indsats virker.
- 3) *Vedvarende fokus på at klæde elever på til praktikforløb*, Skolerne skal klæde eleverne på til ansøgningsprocessen og mødet med potentielle praktikvirksomheder. Øget fokus på udvikling af elevernes sociale/personlige kompetencer og ansvarliggørelse af eleverne er væsentligt for at opnå gode resultater med indsatsen. Den øgede opmærksomhed på eleverne bidrager også til at øge elevernes refleksion over egne ønsker og kompetencer i forhold til arbejdsmarkedets efterspørgsel.
- 4) *Aktivt samspil med andre aktører* f.eks. opbygge et godt netværk til en række aktører, der har mulighed for at bidrage til at skabe flere praktikpladser. Lokale virksomhedsnetværk skaber gode kontakter, og skolenetværk giver viden og inspiration.
- 5) *God kommunikation og markedsføring* er forudsætninger for, at erhvervsskolerne etablere kontakt mellem elever og virksomheder. Kommunikation og markedsføring er naturlige dele af den virksomhedsrettede indsats for mange af de skoler, der er gode til at få matchet eleverne med en praktikplads i en virksomhed. Skolerne er samtidig aktive i kommunikationen overfor skolens egne elever, som de møder på sociale medier og med formidlingspjecer, der understøtter dialog.

Alle virksomhedsbesøg er gennemført på baggrund af forudgående aftale og kun ganske få besøg er blevet aflyst. De opsøgende medarbejdere stod for mødeaftaler med de godkendte virksomheder, mens aftaler med ikke godkendte virksomheder blev indgået ved hjælp af et professionelt mødebookingfirma TMPO. En supplerende bevilling fra Grafisk Uddannelsesfond betød, at TMPO kunne stå for screening og forventningsafstemning for at sikre mest kvalitet i aftalen og på vegne af skolen indgå aftaler for besøgsrunde 2.

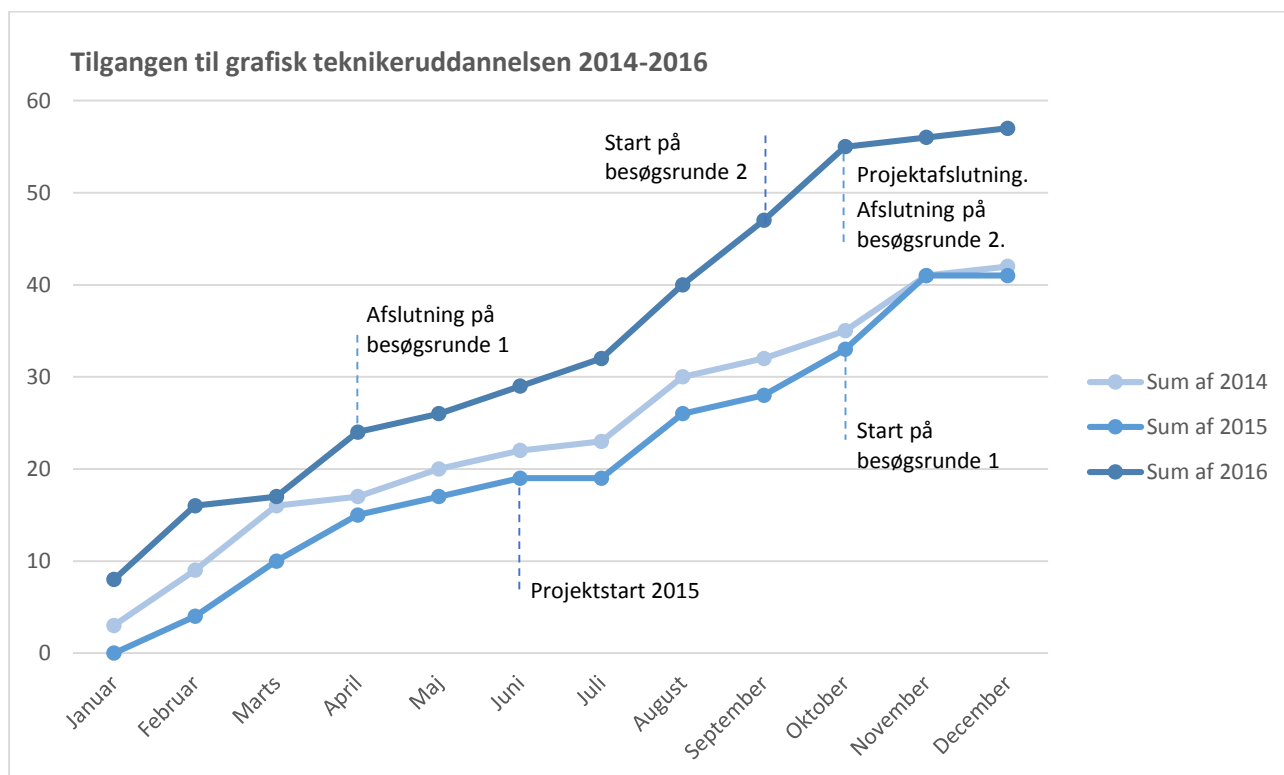
Samlede resultater i uddannelsesaftaler, godkendelser og elever mm.

I projektperioden på 18 måneder har den helt centrale aktivitet været virksomhedsbesøg på godkendte og ikke godkendte virksomheder. Mere end 300 virksomheder er besøgt i løbet af to besøgsrunder, og der har været kontakt til mere end 1100 virksomheder.

Det er resultaterne fra november 2015 og frem til den formelle projektperiodes udløb 31. oktober 2016, der præsenteres som projektets resultater:

² God praksis i den opsøgende indsats Videns- og inspirationskataloget, Deloitte, april 2015.

- Hele 53% er væksten i uddannelsesaftaler i perioden 1. november 2015 til 31. oktober 2016 fra 36 til 55 aftaler, og antallet af virksomheder med elever er steget til 34%. Samtidig er andelen af godkendte virksomheder med *mere end* en elev steget, så 31% af virksomhederne har mere end en grafisk teknikerelev ansat.
- Antallet af igangværende elever er steget med 25% i perioden fra 87 til 109 elever.
- Mere end 300 virksomheder er besøgt i forbindelse med projektet.
- Samtlige godkendte virksomheder (183 virksomheder ved projektstart) har modtaget besøg af skolernes opsøgende medarbejdere og fået informationsmateriale, inspiration til annoncering efter elever mm. stillet til rådighed.
- Mere end 900 ikke godkendte virksomheder i hele landet er kontaktet om møde om praktikgodkendelse, heraf er mere end 100 virksomheder besøgt inden for projektperioden, og der er aftale om flere besøg inden årets udgang (2016) som følge af projektet.
- Indsatsen har resulteret i 20 nye godkendelser eller udvidelser af godkendelser i perioden.



Kilde: EASY-P januar 2017

Omfanget af virksomhedskontakten har naturligt nok styrket det praktikpladsopsøgende arbejde generelt og på flere måder bidraget til kvalitetsarbejdet med uddannelsen med den indsigt i branchen og grafisk produktion, som virksomhedsbesøgene har givet adgang til. Der er åbnet nye døre til praktikpladser indenfor især digital print og skiltebranchen samt andre områder med specialisering for eksempel inden for tekstilttryk.

Faktaboks:**Virksomhedsbesøg start november 2015:**

Der var 180 godkendte virksomheder, heraf havde 61 virksomheder (34%) ansat en eller flere elever og 15 virksomheder (25%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 87 igangværende elever pr. 31. oktober 2015.

Virksomhedsbesøg slut oktober 2016:

Der var 190 godkendte virksomheder, heraf havde 65 virksomheder (34%) ansat en eller flere elever og 20 virksomheder (31%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 109 igangværende elever svarende til en stigning på 25% i perioden. Den samlede tilgang er 19 aftaler (fra 36 aftaler til 55) svarende til en stigning på 53%.

17 nye virksomheder er blevet godkendt i perioden og 3 har fået udvidet sin godkendelse, heraf har 13 nye virksomheder indgået aftaler med i alt 20 elever. Til sammenligning blev i hele 2015 godkendt 11 virksomheder og året før 12 virksomheder. I samme periode er 7 godkendelser blevet passiveret som følge af fusion, ophør eller virksomheden har anmodet om bortfald af godkendelse.

Erfaringer med netværksudvikling

Skolerne stod for en supplerende aktivitet med inddragelse af branchenetværket for at skabe synlighed om uddannelsen og indsatsen. Hver skole har modtaget et beløb til lokale netværksaktiviteter, og de lokale uddannelsesudvalg er præsenteret for forslag om netværksaktiviteter, for eksempel skolearrangerede fyraftensmøder med et fagligt indhold og etablering af erhvervsnetværk med mere. Skolerne havde i et tidligere AUB-projekt³ udviklet en skabelon til et erhvervsnetværk i form af workshops, hvor en godkendt virksomhed inviterer ikke godkendte virksomheder indenfor og fortæller om det positive ved at have elever. Deltagerne får adgang til viden om erhvervsuddannelsen og forskellige virksomhedstypers muligheder for at uddanne elever, og virksomhederne knyttes til hinanden og til skolen. Skabelonen er ikke blevet afprøvet. De opsøgende medarbejdere har som led i projektets netværksdel deltaget i brancherelevante sammenhænge som Sign & Print messen og Grafisk Dag i efteråret 2015.

Et andet initiativ har været tilrettelæggelse af Dansk Grafisk Konference 2016 planlagt til afholdelse den 22. januar 2016 på Tech College. Programmet var tilrettelagt med eksperter fra ind- og udland, herunder trends og fremtiden i grafisk industri, ledelse og udvikling af en moderne grafisk virksomhed samt netværk, der styrker faglighed og forretning. For få tilmeldinger betød, at konferencen ikke blev gennemført.

Projektets netværksudvikling har været præget af den usikkerhed om udbudsplacering og ansvar, som uddannelsen og afdelingerne har været igennem i samme periode. Netværksdannelse som metode kan sagtens indeholde et potentiale, som derfor ikke udforsket tilstrækkeligt i projektet.

Beskrivelse af besøgsrunde 1 med besøg på godkendte virksomheder

I november 2015 blev runden med besøg hos godkendte virksomheder indledt med kontakt til mere end 180 virksomheder. Sekretariatet sendte breve til virksomhederne løbende inden for givne postnummerområder, så organisationernes brev og materialet blev modtaget tæt på besøget fra virksomhedskonsulenten.

³ Flere praktikpladser på fremtidens mediearbejdspladser, 2014, AUB-ref. 50-02-2953.

Grakoms nyhedsbrev omtalte AUB-indsatsen som *Øget indsats for at sikre fremtidens arbejdskraft* i november 2015 og en artikel i Aftryk december samme år fulgte op med overskriften *Branchen skal selv uddanne fremtidens specialister*⁴.

Allerede i starten af 2016 kunne konstateres en markant fremgang i uddannelsesaftaler, især aftaler indgået af jyske virksomheder, som udgjorde ca. 2/3 af de godkendte virksomheder. Både virksomhedskonsulenter og Grakom, virksomhedernes brancheorganisation fortalte, at materialet og indsatsen var blevet godt modtaget. Geografisk var interessen størst i yderområderne, hvor mobilitetsudfordringen er nærværende. Branchemæssigt var flexo, kartonnage- og efterbehandlingsvirksomheder mest modtagelige over for budskabet, da de havde svært ved at finde kvalificerede medarbejdere. Indtrykket var, at ny mesterlæreaftaler anvendes i stort omfang, og at især de jyske virksomheder henvendte sig til jobcentre, når der var brug for en elev. Udvalget opfordres til at udarbejde materiale henvendt direkte til voksne og jobcentre med oplysninger om voksenspor og tilskudsmuligheder mv.

Udover konkrete resultater i form af uddannelsesaftaler og nye virksomheder lægger skolerne vægt på øget opmærksomhed og anerkendelse af uddannelsen samt et udbygget netværk. De opsøgende medarbejdere understreger, hvor givende det har været systematisk at få afdækket og belyst det grafiske landskab og se mange forskellige typer af virksomheder. Det har også givet den indsigt, at virksomhederne generelt kender og anerkender uddannelsen, selvom der ofte refereres til de gamle uddannelser, både i betegnelse og indhold. Der ansættes grafiske teknikere, når virksomheder fusionerer eller udvider, og virksomhederne udtrykker stor tilfredshed med de faglærtes kompetencer.

Skolerne konkluderer på baggrund af besøgsrunde 1, at elevrekrutteringen og elevernes geografiske mobilitet er den store udfordring, både til grundforløb 2 og i det hele taget. Vejledningen på grundforløbet er vigtig, så eleverne fra uddannelsens start forstår kravet om geografiske mobilitet.

Faktaboks:

Besøgsrunde 1 start 1. november 2015:

Der var 180 godkendte virksomheder, heraf havde 61 virksomheder (34%) ansat en eller flere elever og 15 virksomheder (25%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 87 igangværende elever pr. 31. oktober 2015.

Besøgsrunde 1 slut 31. april 2016:

Der var 187 godkendte virksomheder, heraf havde 62 virksomheder (33%) ansat en eller flere elever og 22 virksomheder (35%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 98 igangværende elever pr. 31. april 2016 svarende til en stigning på 15% sammenlignet med samme periode året før.

Der er godkendt 10 nye virksomheder, heraf har 3 virksomheder indgået aftaler med i alt 5 elever. I samme periode er 3 virksomhedsgodkendelser blevet passiveret henholdsvis efter eget ønske (2) og som følge af konkurs (1).

⁴ <http://www.grakom.dk/nyheder/seneste-nyheder/øget-indsats-for-at-sikre-fremtidens-arbejdskraft/> og <http://www.grakom.dk/nyheder/magasinet-aftryk/artikler-2015/aftryk-6-branchen-skal-selv-uddanne-fremtidens-specialister/>

Beskrivelse af besøgsrunde 2 med besøg på ikke godkendte virksomheder

Indsatsen over for ikke godkendte virksomheder var stærkt forsinket på grund af situationen med udbuddet af uddannelsen. Først da Ministeriet for Børn, Undervisning og Ligestilling meddelte, at Tech College fra 1. august 2017 var blevet landsskole for grafisk teknikeruddannelsen og reelt overtog udbuddet fra 1. august 2016 kunne indsatsen fortsætte. Tech College gav tilsagn om som et ekstraordinært bidrag at fortsætte den målrettede indsats året ud med den daværende bemanning, selvom projektperioden udløb 31. oktober.

Indsatsen over for ikke godkendte virksomheder har været en succes. Tidsmæssigt har det været imponerende, hvad der er nået i besøgsrunde 2, og modtagelsen har været meget positiv. Halvanden måned efter starten havde Tech College besøgt 67 virksomheder, hvoraf ca. 50 var positive omkring at tage en elev. En supplerende bevilling fra Grafisk Uddannelsesfond til et professionelt mødebookingfirma bidrog til at kvalificere og effektivisere aftaler om besøg. De opsøgende medarbejdere opstillede en kvalificeret liste over virksomheder, der skulle kontaktes med henblik på besøg og briefede call centret grundigt om opgaven. Erfaringen til en anden gang er, at det sparer tid i forhold til registrering og opfølgning, hvis virksomhedslisterne lægges ind i Pplus fra starten.

Tech College leverede sammen med HK, Grakom og DMA grundlister til indsatsen over for ikke godkendte virksomheder. Syv forskellige virksomhedslistes med oplysninger som CVR nr., navn, adresse, postnummer og telefonnummer og med relevante og beslægtede branchekoder for eksempel skiltevirksomheder og digitalt producerende virksomheder mv.

Kategorier og antallet af virksomheder i de forskellige kategorier var:

- Liste 1 Offentlige institution og forvaltninger med relevant branchekode i alt 753 virksomheder
- Liste 2 Fremstillingsvirksomheder mere end 200 ansatte og relevant branchekode i alt 296 virksomheder
- Liste 3 Prepress, trykkeri, skiltevirksomheder og bogbinderier i alt 660 virksomheder
- Liste 4 Grafisk professionel branche i alt 1298 virksomheder
- Liste 5 Virksomheder med HK ansatte inden for relevant område i alt 196 virksomheder
- Liste 6 Grakom sign og tekstilvirksomheder i alt 179 virksomheder
- Liste 7 Trykkerier medlem af DMA i alt 12 virksomheder

Samlet udgjorde det en virksomhedsoversigt med 3390 virksomheder, heraf en del dubletter. De opsøgende medarbejdere foretog en relevant udvælgelse, så det samlede antal virksomheder som call centret rettede henvendelse til var 903 virksomheder, heraf 470 virksomheder i Jylland og 433 virksomheder på Fyn og Sjælland. Call centret oplyser, at mere end hver 5. virksomhed har været positiv over henvendelsen, hvor hitraten ved sådanne henvendelser normalt er ca. 10%.

Faktaboks:**Besøgsrunde 2 start medio september 2016:**

Der var 187 godkendte virksomheder, heraf havde 63 virksomheder (34%) ansat en eller flere elever og 21 virksomheder (33%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 104 igangværende elever pr. 19. september 2016. Tilgangen var 40 elever mod 26 elever samme tidspunkt året før svarende til en tilgang på 54%.

Besøgsrunde 2 slut 31. oktober 2016:

Der var 190 godkendte virksomheder, heraf havde 65 virksomheder (34%) ansat en eller flere elever og 20 virksomheder (31%) ansat mere end en grafisk teknikerelev. Der var 109 igangværende elever svarende til en stigning på 4% i perioden.

Der er i perioden godkendt 4 nye virksomheder og 3 virksomheder har fået udvidet sin godkendelse, heraf har 1 virksomhed indgået aftale med (yderligere) 1 elev.

Den positive modtagelse af henvendelsen har været hos virksomheder med digital print, tekstilprint, og særligt virksomheder inden for skiltebranchen viser uddannelsen stor interesse. Skiltebranchen er interesseret i uddannelseskompetencer med filhåndtering til print, fokus på materialekendskab mv. Flere giver udtryk for at ville færdiggøre igangværende skilteteknikerelever og derefter tage en grafisk teknikerelev. Flexbranchen har også været interesseret, mens kun få af de traditionelle virksomheder har vist interesse.

Der er kommet flere tilkendegivelser om igangsættelse af aftaler, nogle virksomheder med en forventning om, at skolen ved samme lejlighed også ville komme med en elev. De opsøgende medarbejdere ser derfor fortsat rekruttering af elever som en aktuel udfordring, og foreslår udvalget at rette henvendelse til lokale jobcentre og UU-centre med et budskab om uddannelsens forskellige muligheder. Både fleksibiliteten i uddannelsen og aftalemuligheder med ny mesterlære og korte aftaler er blevet godt modtaget. Desuden har flere virksomheder ufaglærte ansatte, som de ønsker at give faglært status som grafisk tekniker. Der er brug for oplysning om jobtilskudsordninger, som de opsøgende medarbejdere fortæller, at virksomhederne kender lidt eller intet til.

Tech Colleges virksomhedskonsulent opfordrer til samarbejde på tværs af uddannelser og skoler, fordi den opsøgende medarbejder ofte får kendskab til mulige pladser inden for beslægtede uddannelser. Udvalget opfordres til at bede de opsøgende medarbejdere på mediegrafikeruddannelsen om at tage materiale med om grafisk teknikeruddannelsen og give besked, når der er et potentiale.

Konklusioner og perspektivering

Allerede i udvalgets analyserapport fra oktober 2015⁵ blev der forudsagt en stigning i 2016 i antal ansatte blandt de godkendte virksomheder, herunder elever. Målsætningerne om flere uddannelsesaftaler og flere godkendte virksomheder er nået, og resultaterne bedre end forventet. Kombinationen af klare budskaber, professionelt udformet materiale formidlet af fagpersoner i direkte dialog med virksomhederne har virket godt sammen med en generel omtale – positiv som negativ – der har virket som markedsføring. Selvom brancheudviklingen har haft positiv indflydelse på AUB-projektets resultater, har både uddannelsen og

⁵ Analyse af kendskabet til de grafiske erhvervsuddannelser, A&B Analyse, oktober 2015, <http://www.grafiske-uddannelser.dk/om-os/bibliotek-over-rapporter-mv/>.

AUB-indsatsen også være udfordret og gennem en turbulent tid undervejs. Det gør måske resultaterne endnu mere bemærkelsesværdige.

Tech College, Next Uddannelse København, ledelsen af skolernes praktikcentre og ikke mindst skolernes opsøgende medarbejdere Carsten Kristiansen, Lars Gorm Povelsen og Paul Archard Heide takkes for en dedikeret og stor indsats gennem hele forløbet.

Da Tech College i august 2016 officielt blev udpeget som landsskole for grafisk teknikeruddannelsen kom virksomhedernes lokale rekruttering af elever yderligere i fokus. Tilgangen til uddannelsen, virksomhedernes lokale rekruttering af elever og elevernes mobilitet står tilbage som store udfordringer, der skal løses.

Vi ser frem til at bygge videre på projektets erfaringer i samarbejde med Tech College til gavn for grafisk teknikeruddannelsen og branchen. Udvalget foretager en evaluering af indsatsen i løbet af 2017 for at se på den langsigtede effekt, og den opnåede viden og erfaring kommer desuden til at indgå i udvalgets fortsatte markedsføringsindsats i 2017.

Bilag

Bilag 1: Organisationsbrev til de godkendte virksomheder forud for besøgsrunde 1

Bilag 2: Inspiration til annoncering efter elever

Bilag 1

Til virksomhedens uddannelsesansvarlige

Flere grafiske teknikerelever på landkortet

Der bliver mangel på kvalificeret arbejdskraft til grafisk produktion inden for få år, og der uddannes i øjeblikket kun halvdelen af dem, der er brug for i fremtiden.

Derfor har Grafisk Uddannelsesudvalg sammen med Københavns Tekniske Skole og Tech College Aalborg indledt en målrettet indsats for at sikre tilgangen til grafisk teknikeruddannelsen, så der oprettes tilstrækkeligt med praktikpladser og ikke mindst tiltrækkes flere elever.

Flere grafisk teknikerelever på landkortet kalder vi indsatsen. En indsats som organisationerne bag Grafisk Uddannelsesudvalg, Grakom, Danske Mediers Arbejdsgiverforening og HK Privat bakker op om.

Vi opfordrer jer nu til at overveje, hvilke muligheder I har for at uddanne en elev inden for jeres produktionsområde og medvirke til at fremtidssikre virksomheden og branchen.

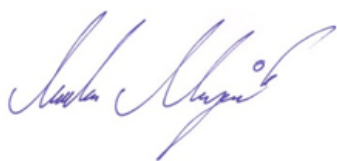
Vores indsats suppleres med flere initiativer, der skal rette de unges opmærksomhed mod grafisk teknikeruddannelsen som en attraktiv uddannelse med jobmuligheder og udvikling.

I vil om kort tid blive kontaktet af erhvervsskolen, der kan oplyse nærmere om, hvordan I kommer i gang med en uddannelsesaftale og meget gerne hjælper med lokal rekruttering. Praktikuddannelsen kan finde sted inden for alle områder med produktion eller forarbejdning af trykte og printede produkter. Der er mulighed for forskellige aftaletyper tilpasset den enkelte virksomheds muligheder og behov.

Information om grafisk teknikeruddannelsen vedlægges i form af en folder. Kontaktoplysninger på skolerne virksomhedskonsulenter fremgår af folderen. Skolens virksomhedskonsulent kan fortælle mere om de muligheder, der er for at tage en elev og hjælpe med det praktiske.

Med venlig hilsen

Grafisk Uddannelsesudvalg



Anders Mosumgaard, Grakom
Formand



Conny Larsen, HK Privat
Næstformand

Bilag 2

Inspiration til annoncering efter elever

Ved at annoncere efter en elev opnår virksomheden positiv omtale og mulighed for at rekruttere lokalt. Når virksomheden selv finder sin elev, er der allerede fra starten af en god tilknytning – og så er virksomheden bedst til at sælge sig selv.

Skabelon for annoncetekst

[Virksomhedens navn] *søger elev til vores trykkeri/storformatafdeling/bogbinderi/printafdeling/eller andet*

Til vores [brug samme betegnelse som i overskriften f.eks. trykkeri/storformatafdeling/osv.] søger vi en elev, der har lyst til en fremtid i den grafiske industri – en branche i forandring og med mulighed for faglige udfordringer og udvikling.

Du får et bredt kendskab til tryk, print og færdiggørelse og deltager i processen med at producere og forarbejde alle former for trykte materialer.

Vi forventer en energisk person med gå-på-mod og engagement, og som kan indgå i et alsidigt miljø. [Virksomhedens navn] producerer alle former for tryksager på moderne udstyr, som bl.a. omfatter [eksempler på udstyr].

Har du lyst til at tage del i en rivende udvikling og blive grafisk tekniker hos en af de førende grafiske virksomheder, kan du kontakte [titel, navn] på tlf. [telefonnummer] eller på [mailadresse].

Fortæl eventuelt kort og faktuel om din virksomhed.

Efterfulgt af virksomhedslogo og virksomhedsoplysninger.