

Udvalget for Udlændinge- og
Integrationspolitik (2. samling)
UUI alm. del - Bilag 17
Offentligt

Ministeriet for Flygtninge
Indvandrere og Integration



PRESSEMEDDELELSE

København, den 18. marts 2005

Integrationsministeriet får Direct Marketing Prisen 2005

Integrationsministeriets kampagne '100 praktikpladser – 100 dage' fik i går Post Danmarks Direct Marketing Pris i kategorien 'Bedste Offentlige og ikke-kommercielle kampagne'.

Kampagnens målsætning har været at skaffe 100 praktikaftaler til unge med anden etnisk baggrund end dansk på 100 dage og at sikre unge med anden etnisk baggrund end dansk bedre adgang til praktikpladser fremover.

12.545 virksomheder modtog en opfordring fra integrationsministeren om at ansætte en elev med anden etnisk baggrund, ligesom en række erhvervsskoler m.v. har medvirket til at skaffe praktikpladser til kampagnen.

Kampagnen modtog i løbet af 100 dage tilbud om i alt 186 praktikpladser. 101 elever med anden etnisk baggrund fik derved en praktikaftale, mens 18 af pladserne blev fordelt til danske elever. 67 pladser var stadig ledige, da de 100 dage var gået.

Dommerkomiteen skriver bl.a. i sin vurdering:

"Vilje er handlinger, som beviser tanker og alverdens intentioner. '100 praktikpladser på 100 dage' er en kampagne besat af Integrationsministeriets vilje om oprettelse af praktikpladser til erhvervsskoleelever med anden etnisk baggrund end dansk."

Integrationsminister Rikke Hvilshøj udtaler:

"Jeg er glad for, at så mange elever har fundet en plads, og at virksomhederne har vist så stor velvilje. Det kan betale sig – også for dem, der søger praktikplads – at henvende sig direkte til virksomhederne. Vi har lært meget af den her kampagne, og det er ikke sidste gang, at vi vil kontakte virksomhederne direkte."

Yderligere oplysninger kan fås hos kampagnens konsulenter Preben Holm, telefon: 33 92 31 23, Integrationsministeriet, eller Ramanan Balasubramaniam, telefon: 33 95 15 70, Integrationsministeriet.