

Værnepligtsudvalget

Bilag 4 til Værnepligtsrapporten af maj 2012

BESKRIVELSE AF REKRUTTERINGSVIRKSOMHEDEN VED EN SUSPENSION AF VÆRNEPLIGTEN

1. Formål

Formålet med nærværende bilag er at supplere selve rapporten med en mere detaljeret redegørelse for, hvordan Forsvarets Rekruttering vurderer, at rekrutteringsvirksomheden skal justeres i modellerne A-D ved en suspension af værnepligten. Bilaget beskriver dels de overordnede rekrutteringsmæssige forhold, der er gældende for alle modeller, dels de mere specifikke forhold omkring rekruttering for hver enkelt model.

Indledningsvis beskrives generelle og grundlæggende forhold vedrørende rekrutteringsvirksomheden med henblik på at skabe grundlag for den efterfølgende beskrivelse af de konkrete rekrutteringstiltag og disses tiltænkte effekt. Tiltagene er således de, som Forsvarets Rekruttering vurderer, at der vil være behov for, for at rekrutteringsopgaven kan løses tilfredsstillende ved et bortfald af værnepligten i de enkelte modeller.

Forsvarets rekrutteringspotentiale, det nuværende rekrutteringsbehov og den nuværende rekrutteringsvirksomhed er udførligt beskrevet i bilag 3.

2. Generelt om rekrutteringsvirksomheden

Løsningen af forsvarrets rekrutteringsopgave forestås i dag primært af Forsvarets Rekruttering, som er en afdeling i Forsvarets Personeltjeneste. Rekrutteringsopgaven løses i et samarbejde mellem Forsvarets Rekruttering, de operative kommandoer og øvrige dele af Forsvarets Personeltjeneste¹.

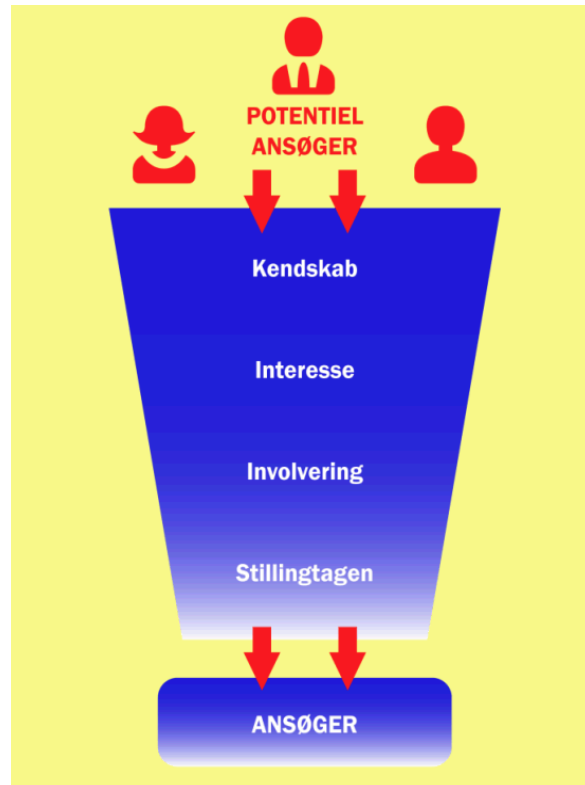
På det korte sigt består rekrutteringsopgaven i at tilvejebringe det nødvendige antal kvalificerede ansøgere til forsvarrets uddannelser. Rekrutteringsindsatsen har dog også det langsigtede mål at øge kendskabet til forsvarrets uddannelser samt at flytte på forsvarrets image i målgruppen, bl.a. ved målrettet at bearbejde erkendte fordomme mv.².

Rekrutteringsvirksomheden skal således påvirke de potentielle ansøgers parathed til at ansøge om optagelse på en eller flere af forsvarrets uddannelser, som kvalificerer til en ansættelse i forsaret. Forsvarets Rekruttering anvender en anerkendt markedsføringsmodel, AIDA-modellen³, som grundlag for rekrutteringsvirksomheden. En potentiel ansøger skal jf. modellen gennem fire faser, før en ansøgning bliver sendt. Disse fremgår af nedenstående figur 1.

¹ Vedr. Beredskabsstyrelsen forestår Forsvarets Rekruttering p.t. alene den del af rekrutteringsvirksomheden, der er relateret til Forsvarets Dag.

² Jf. bilag 3, pkt. 2.1 og 2.4.

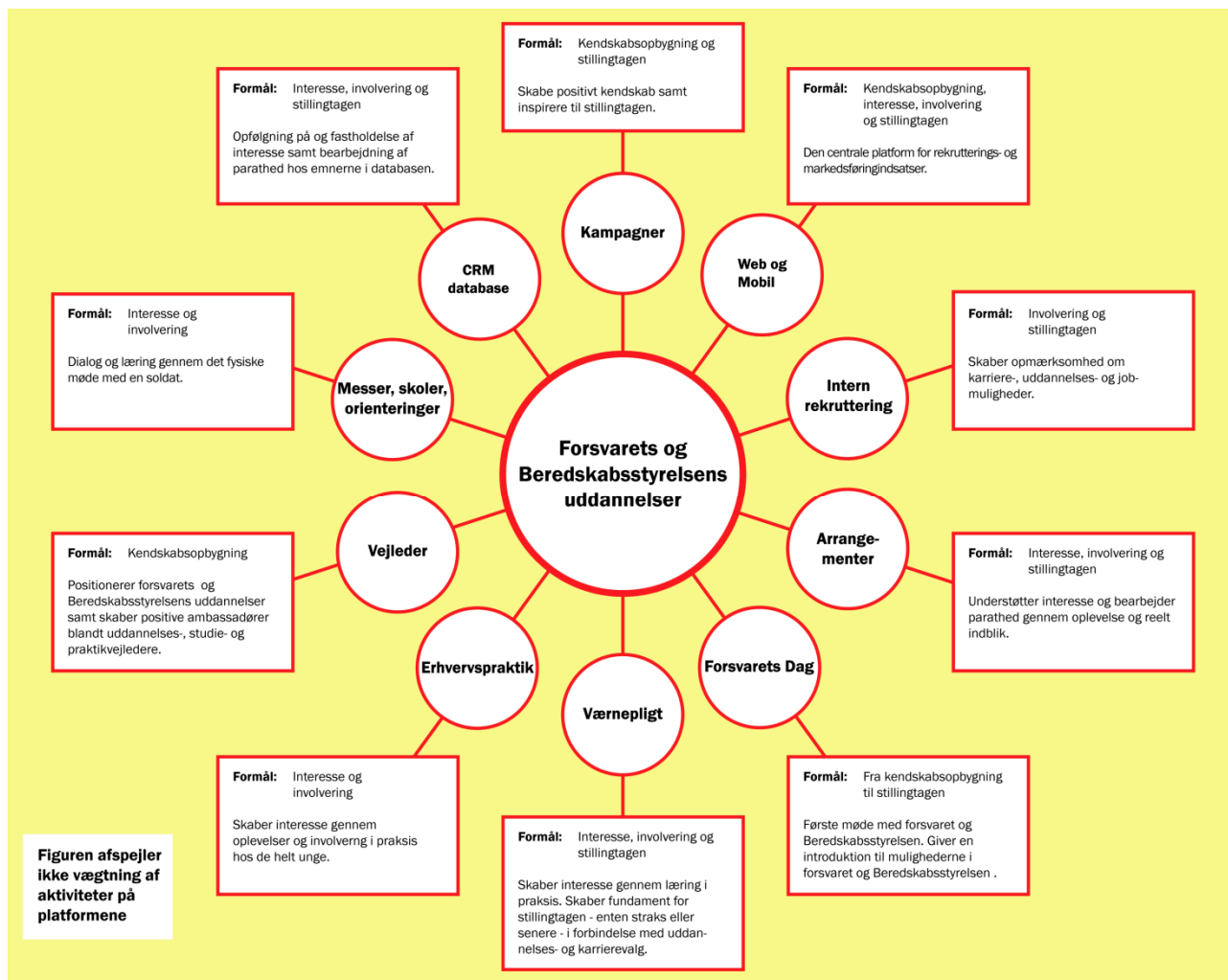
³ AIDA står for Attention, Interest, Desire, Action. Modellen er anvendelig inden for salg og markedsføring i bred forstand og er her tilpasset rekrutteringsopgaven, hvor de 4 begreber er oversat til: Kendskab, Interesse, Involvering, Stillingtagen.



Figur 1: Fra potentiel ansøger til ansøger.

Den samlede rekrutteringsindsats skal have en balanceret effekt på hver af disse faser for at bevæge den potentielle ansøger frem mod at sende en ansøgning.

Forsvarets Rekruttering anvender i dag ti "rekrutteringsplatforme", der alle har en effekt på en eller flere af faserne, som en potentiel ansøger skal igennem frem mod ansøgning. Rekrutteringsplatformene fremgår af nedenstående figur 2.



Figur 2: De ti rekrutteringsplatforme.

Effekten af de forskellige platforme på de fire faser af en ansøgers beslutningsproces kan illustreres med følgende tabel:

	Kendskab	Interesse	Involvering	Stillingtagen
Værnepligtstjeneste		Lille	Meget stor	Stor
Forsvarets Dag	Stor	Lille		
Erhvervspraktik		Stor	Lille	
Vejledere	Lille			
Messer, skoler, orienteringer		Stor	Lille	
CRM database		Stor	Lille	Lille
Kampagner	Stor	Stor		
Web og mobil	Lille	Lille	Lille	Lille
Intern rekruttering			Lille	Stor
Arrangementer		Lille	Lille	Lille

Figur 3: Rekrutteringsplatformenes vurderede effekt på de enkelte faser.⁴

⁴ Kilde: Vurdering foretaget af Forsvarets Rekruttering.

Af figur 3 ses Forsvarets Rekrutterings vurdering af de respektive platformes forskellige effekt på de enkelte faser, som en potentiel ansøger skal igennem. Vurderingen af effekten skal ses i lyset af såvel bredde (hvor mange unge der påvirkes) som dybde (hvor stor en påvirkning på den enkelte unge).

3. Den rekrutteringsmæssige effekt af værnepligten og Forsvarets Dag

Både værnepligten og Forsvarets Dag anvendes i dag som rekrutteringsplatforme af Forsvarets Rekruttering. Effekten på den samlede rekrutteringsvirksomhed af henholdsvis værnepligten og Forsvarets Dag er væsensforskellige, idet værnepligtstjenesten vurderes at have effekt på interesseskabelse samt især involvering og stillingtagen, mens Forsvarets Dag primært vurderes at have effekt på skabelse af kendskab og sekundært på skabelse af interesse (se figur 3).

Værnepligtens effekt på involvering og stillingtagen skyldes primært, at værnepligtstjenesten virker som en form for prøveperiode, hvor den unge kan prøve kræfter med professionen som soldat og få indsigt i forsvarets virkelighed.

Værnepligten har dog en negativ effekt på opfattelsen af forsvaret hos nogle unge, fordi den bl.a. tolkes som et udtryk for, at forsvaret må være en dårlig arbejdsplads, når der er behov for tvang.⁵ Det peger i retning af, at en suspension af værnepligten kan forbedre forsvarets image i dele af målgruppen.

De uddannelser, der i særlig høj grad søges af de værnepligtige, er forsvarets kerneuddannelser (konstabeluddannelse, reaktionsstyrkeuddannelse, grundlæggende sergentuddannelse og officersuddannelse)⁶.

En undersøgelse fra Epinion gennemført i marts 2012 viser, at det blandt de unge, der inden for det sidste år har skullet tage stilling til uddannelse eller job, og *som har haft forsvaret med i deres overvejelser*, er mindre end hver tiende, der *ikke* har aftjent værnepligt, som ender med at søge en uddannelse i forsvaret med henblik på ansættelse. Af de unge, der *ligeledes har overvejet forsvaret*, og som *har* aftjent værnepligt, er det ca. hver tredje, der ender med at søge en uddannelse og militær ansættelse i forsvaret.

Værnepligtstjenesten giver de værnepligtige en reel indsigt i professionen som soldat, herunder kravene til militærtjeneste. Samtidig medvirker gennemgangen af basisuddannelsen til, at de værnepligtige opnår de mest basale militære færdigheder samt kommer i god fysisk form. Kombinationen af disse aspekter bevirker, at ansøgere, som har gennemført basisuddannelsen, generelt er bedre kvalificerede ansøgere end ansøgere, der ikke har.⁷ Der ses i øvrigt en mulig sammenhæng mellem den høje andel af frivillige blandt de værnepligtige og søgningen til forsvarets uddannelser fra de værnepligtige.

⁵ Kilde: Undersøgelse fra Epinion om forsvarets rekrutteringspotentiale blandt unge kvinder og unge med anden etnisk baggrund end dansk, februar 2012.

⁶ Jf. bilag 3, pkt. 2.3. samt notat fra Epinion om værnepligtens betydning for forsvarets rekrutteringspotentiale, marts 2012 (underbilag til bilag 3), p. 3.

⁷ Jf. Forsvarets Rekrutterings erfaringer.

I løbet af værnepligtstjenesten har forsvaret mulighed for at vurdere og vejlede den potentielle ansøger. Det betyder fx, at forsvaret i dag bruger meget få ressourcer på optagelsesprøver af ansøgere til hærens reaktionsstyrkeuddannelse, idet ansøgerne hertil udelukkende kommer fra værnepligtsmassen, hvor de af deres nærmeste ledere er blevet vurderet i forhold til egnethed til militærtjeneste.

I dag har ca. 80 % af ansøgerne til forsvarets uddannelser aftjent deres værnepligt – eller er i gang med det.⁸ Forsvarets Rekruttering vurderer, at det ved en suspension af værnepligten vil være nødvendigt med justeringer af den nuværende rekrutteringsindsats, hvis der skal kompenseres for det vurderede rekrutteringsmæssige effekttab ved et bortfald af værnepligten.

På Forsvarets Dag får forsvaret kontakt til ca. 37.000 unge mænd og ca. 1.500 unge kvinder om året. De unge får her kendskab til forsvarets rolle i samfundet samt kendskab til uddannelses- og jobmulighederne i forsvaret. Med Forsvarets Dag forpligtes de unge mænd i dag til at tage stilling til forsvaret og til uddannelsesmulighederne i forsvaret. 66 % af de fremmødte unge har efter gennemgang af Forsvarets Dag et mere positivt syn på forsvaret som uddannelsessted og arbejdsplads, mens 1 % har fået et mere negativt syn.⁹

Sammenfattende vurderer Forsvarets Rekruttering, at Forsvarets Dag medvirker til at skabe rekrutteringspotentiale ved at skabe indledende kendskab og interesse hos de unge¹⁰, mens værnepligtstjenesten vurderes at medvirke til at indløse rekrutteringspotentialet¹¹ ved, at de unge involveres i forsvarets og Beredskabsstyrelsens praksis og opnår en reel indsigt.

4. Generelt om rekrutteringsvirksomheden i model A-D

I nedenstående beskrives kort, hvilke aktiviteter Forsvarets Rekruttering vurderer, at der vil være behov for at iværksætte på de øvrige 8 rekrutteringsplatforme ved en suspension af Forsvarets Dag og værnepligten, ligesom der for de enkelte modeller A-D er foretaget en vurdering af de økonomiske konsekvenser heraf.

De efterfølgende anbefalinger til rekrutteringsmæssige tiltag er et udtryk for en faglig og erfaringsbaseret vurdering foretaget af Forsvarets Rekruttering med henblik på at løse rekrutteringsopgaven efter et bortfald af værnepligten. Vurderingen rummer et element af usikkerhed, da rekrutteringsvirksomheden vil skulle ske på præmisser, der adskiller sig markant fra de nuværende, hvis Forsvarets Dag og værnepligten suspenderes. Ligeledes er der en generel usikkerhed i forhold til udviklingen i vilkårene for rekrutteringen, fx de økonomiske konjunkturer, forsvarets omdømme, uddannelses- og karrieremulighederne i forsvaret, forsvarets opgaver og organisation m.v., herunder nye internationale missionsområder for forsvaret, som kan være både mere og mindre attraktive for de unge end missionen i Afghanistan er det i dag.

⁸ Kilde: Forsvarets Rekruttering.

⁹ Jf. bilag 3, pkt. 5.

¹⁰ Jf. målinger fra Epinion. Se i øvrigt bilag 3, pkt. 5.

¹¹ Jf. Epinions notat om værnepligtens betydning for forsvarets rekrutteringspotentiale, marts 2012 (Underbilag til bilag 3), p. 3.

Med disse usikkerheder in mente vurderes det imidlertid, at rekrutteringsopgaven i de fire modeller for en suspension af værnepligten vil kunne løses på tilfredsstillende vis på baggrund af udvikling og implementering af de anbefalede rekrutteringsmæssige tiltag.

Der er på alle 8 platforme tale om et øget aktivitetsniveau og dermed øgede udgifter i forhold til i dag. Forsvarets Rekrutterings vurdering er bl.a. baseret på den viden om målgruppen og rekrutteringsplatformenes effekt, der er oparbejdet gennem flere års samarbejde med Epinion.

Set ud fra et rekrutteringsperspektiv er det model A, der indebærer de største usikkerheder, idet præmisserne for rekrutteringen i model A er væsensforskellige fra i dag. Særligt rekrutteringen til hærens reaktionsstyrkeuddannelse vil være præget af usikkerhed, da der skal rekrutteres et relativt stort antal unge uden forudgående basisuddannelse til et af de mest risikofyldte jobs i forsvaret.

Ansøgningerne til Hærens Reaktionsstyrkeuddannelse (HRU) skal, i modsætning til i dag, sendes på et tidspunkt, hvor ansøgerne ikke har den indsigt i professionen som soldat, som man i dag får via værnepligtstjenesten, hvor ansøgerne kommer fra i dag.

Vilkårene for at blive udsendt i internationale missioner vurderes i denne forbindelse at være afgørende for rekrutteringen, og når den nuværende indsats i Afghanistan erstattes med en anden mission, kan det betyde, at rekrutteringsindsatsen må justeres.

Ved suspension af værnepligten og obligatorisk Forsvarets Dag vil det skulle undersøges nærmere, hvordan Beredskabsstyrelsen skal involveres i udvikling og planlægning af den overordnede markedsføring og kommunikation, herunder planlægning af rekrutteringsaktiviteter, i forhold til forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser.

4.1 Anbefalede tiltag på rekrutteringsplatformene

Til grund for de anbefalede rekrutteringstiltag ligger forsvarets vurderede behov i de enkelte modeller samt det vurderede effekttab af bortfald af værnepligten og Forsvarets Dag på de enkelte faser i ansøgerens beslutningsproces. Af figur 3 fremgår det, hvilke platforme der har effekt på samme faser som værnepligtstjenesten og Forsvarets Dag, og nedenstående beskriver for de enkelte platforme, hvilke rekrutteringsaktiviteter, der vurderes at skulle suppleres med for at kompensere for bortfald af den rekrutteringsmæssige effekt af værnepligten og Forsvarets Dag.

De økonomiske forhold er beskrevet selvstændigt i pkt. 5, hvortil der refereres i den efterfølgende beskrivelse af de rekrutteringsmæssige tiltag.

4.1.1 Kampagnevirksomhed

Kampagnevirksomheden har såvel et kortsigtet formål, der er tilvejebringelse af et specifikt antal kvalificerede ansøgere til en specifik uddannelse, som et langsigtet formål, der er udvikling af kendskabet til forsvarets uddannelser og påvirkning af forsvarets image som uddannelsesudbyder og arbejdsplads, herunder bearbejdning af erkendte rekrutteringsbarrierer¹². I de enkelte modeller er der behov for forskellig vægtning af en ekstra indsats på disse to over-

¹² Jf. bilag 3, pkt. 2.4.

ordnede formål med kampagnerne - afhængigt af det vurderede effekttab samt det konkrete rekrutteringsbehov i den enkelte model.

De anbefalede tiltag inden for kampagnevirksomhed er som følger:

- Øget markedsføring med henblik på at påvirke forsvarets image og skabe den indledende opmærksomhed i målgruppen, som i dag foregår på Forsvarets Dag.
- Øget markedsføring med henblik på den målrettede rekruttering og dermed tilvejebringelse af et tilstrækkeligt antal kvalificerede ansøgere til de uddannelser, som i dag i blandt andet anvender værnepligtstjenesten som rekrutteringsbase, herunder reaktionsstyrkeuddannelsen.
- Øget kampagnevirksomhed rettet mod de sekundære målgrupper, herunder forældre, øvrig familie, venner, uddannelsesvejledere mv. De relevante voksne er vigtige i forhold til personlig motivation og legitimering af uddannelses- og karrierevalg.
- Øget indsats på Public Relations (PR) området med henblik på at adressere de erkendte rekrutteringsbarrierer, som i dag bliver adresseret gennem værnepligtstjenesten og den reelle indsigt i forsvarets og Beredskabsstyrelsens praksis, som værnepligtstjenesten afføder. Den øgede PR-indsats skal ske i tæt samarbejde med Forsvarskommandoens Kommunikationsafdeling, der er ansvarlig for forsvarets generelle PR-indsats.
- Kampagneunderstøttende events, som har til formål at øge synligheden og de unges involvering i forsvaret og Beredskabsstyrelsen.
- Etablering af civile partnerskaber med både private firmaer og enkeltpersoner, som kan være bærere af budskaber omkring uddannelser og job i forsvaret og ved Beredskabsstyrelsen. Formålet vil være at skabe synlighed samt legitimitet omkring forsvaret og Beredskabsstyrelsen som uddannelsesudbydere og arbejdsplads.

Meromkostningerne i model A-D til de respektive tiltag er på ca. 8,2-14,6 mio.kr.¹³ Model A er den mest omkostningstunge, og model B er den mindst omkostningstunge. Hertil kommer en initialudgift til udvikling af nyt markedsføringskoncept på ca. 1,2 mio.kr. i alle modeller.

At model A er den mest omkostningstunge skyldes, at alle ansøgninger til forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser skal komme fra ansøgere, der ikke i forvejen har stiftet bekendtskab med forsvaret eller Beredskabsstyrelsen.

I model B er der en værneretsordning, som kan bruges til at afprøve professionen som soldat eller beredskabsassistent, inden de unge skal tage beslutning om at søge ind på en uddannelse med efterfølgende ansættelse, fx på en reaktionsstyrkekontrakt. Den primære udgift til kampagnevirksomhed er i model B møntet på at tilvejebringe tilstrækkeligt med kvalificerede ansøgere til en frivillig Forsvarets Dag samt kompensere for, at det kun er ca. 1/5 af en ungdomsårgang, der forventes at møde op på en frivillig Forsvarets Dag, hvor det i dag er ca. halvdelen af en ungdomsårgang.

4.1.2 CRM database

Forsvarets Rekrutterings CRM¹⁴ database er et kommunikationssystem, hvor Forsvarets Rekruttering p.t. har kontakt til ca. 60.000 unge. Formålet med systemet er at skabe interesse for forsvarets uddannelser og efterfølgende fastholde denne interesse gennem involverende

¹³ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

¹⁴ CRM: Customer Relations Management.

online aktiviteter. Målet er, gennem dialog med de unge i databasen, at øge deres parathed til at søge om en uddannelse i forsvaret. Systemet bruges tillige til at udsende invitationer til forsvarets rekrutteringsarrangementer til de tilmeldte i databasen. CRM databasen bliver en endnu vigtigere platform, når det ikke længere er muligt at skabe og vedligeholde kontakt med de unge gennem Forsvarets Dag og værnepligtstjenesten.

Tiltag relateret til CRM databasen vurderes i alle modeller at være omtrent det samme. Omkostningen hertil vil være ca. 0,3 mio.kr. årligt¹⁵, hvortil der kommer en initialudgift til udvikling på ca. 1,0 mio.kr.

4.1.3 Onlineplatform: Web og mobil

Webplatformen er i dag og vil også fremover være det centrale omdrejningspunkt for forsvarets online rekrutteringsvirksomhed. Platformen bidrager til alle fire faser i ansøgerens beslutningsproces. I dag anvendes platformen primært til at samle al information om forsvarets uddannelser samt sekundært til interaktive tests mv. Netop det interaktive potentiale skal i højere grad udnyttes ved at bortfald af Forsvarets Dag og værnepligtstjenesten. Gennem interaktivitet skabes der kendskab, interesse og især involvering ved hjælp af øget tilgængelighed på både web og mobil, dialog, spil, tests, sociale fora, præsentation af rekrutteringsarrangementer, tilmelding til arrangementer, historier fra forsvarets verden mv.

Tiltag på onlineplatformen vurderes at være omtrent det samme for alle modeller. Den årlige omkostning vil være ca. 0,8 mio.kr.¹⁶, hvortil der kommer en initialudgift til udvikling på ca. 1,8 mio.kr.

4.1.4 Intern rekruttering

Når rekrutteringsomkostningerne øges er det naturligt at fokusere mere på at fastholde kompetente medarbejdere gennem attraktive uddannelses- og karrieremuligheder.

Det vil både reducere rekrutteringsbehovet og øge forsvarets kompetencer at fastholde nuværende erfarne ansatte i et karriereforløb i stedet for at disse orienterer sig ud af forsvaret, hvis de får behov for nye udfordringer. Ligeledes gør flere uddannelses- og karrieremuligheder forsvaret endnu mere interessant for de unge i forhold til at vælge en uddannelse i forsvaret.

Ud over at der er behov for at fastholde og udbygge det interne rekrutteringsnetværk, som i dag er lokalt forankret ved rekrutteringscentre, anbefales følgende tiltag:

- Etablering og drift af job- og uddannelsessite for ansatte i forsvaret samt en rådgivnings- og vejledningsfunktion med det formål at øge synligheden af de uddannelses- og karrieremæssige muligheder samt at kunne vejlede de ansatte på baggrund af deres personlige ønsker og kompetencer.
- Udvikling og drift af uddannelsesarrangementer for forsvarets medarbejdere med det formål at styrke involveringen og påvirke stillingtagen.
- Udvikling og drift af CRM database møntet på intern rekruttering med det formål, at den interne markedsføring af uddannelser og stillinger kan målrettes forsvarets medarbejdere i forhold til deres personlige ønsker og kompetencer.

¹⁵ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

¹⁶ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

Ovennævnte tiltag medfører årlige omkostninger i model A-D på 0-3,8 mio.kr.¹⁷ Hertil kommer en initialudgift til udvikling på op til 3,2 mio.kr. Her er det model B, der adskiller sig markant fra de øvrige ved, at der i denne model ikke er behov for en opjustering af den interne rekrutteringsindsats, idet forsvaret i model B kan anvende værneretsordningen som rekrutteringsbase og dermed reelt opnå det samme indtag, som der er fra værnepligten i dag.

4.1.5 Arrangementer

Denne platform udgør i dag en ret lille del af den samlede rekrutteringsindsats. Ved et bortfald af Forsvarets Dag og værnepligtstjenesten, hvor en stor del af de unge i dag stifter bekendtskab med forsvaret som uddannelsesudbyder og arbejdsplads, vil forsvaret i stedet skulle skabe kontakten mellem forsvarets praksis og de unge på anden vis. Her vil udadvendte arrangementer spille en markant større rolle, end de gør i dag.

Følgende tiltag anbefales:

- Udvidelse af den nuværende inspirationsdag for kvinder i både antal og omfang. Der kan med fordel etableres både et- og to-dages arrangementer, så både de nysgerrige og de lidt mere interesserede tilgodeses
- Udvidelse af de nuværende STUD-arrangementer, som i dag er møntet udelukkende på officersuddannelserne, til også at omfatte øvrige relevante uddannelser i forsvaret.
- Ud over specifikke rekrutteringsorienterede arrangementer skal forsvaret i højere grad end i dag udnytte de eksternt orienterede arrangementer, som forsvarets forskellige enheder selv står for (fx Åbent Hus arrangementer), i rekrutteringsmæssigt øjemed.
- Flere arrangementer for unge med anden etnisk baggrund end dansk med det formål at appellere til et segment, som forsvaret traditionelt har svært ved at rekruttere fra og som udgør en stadig større del af målgruppen på 16 til 26 år¹⁸. Denne indsats skal understøttes af et formelt og systematisk samarbejde med relevante interessenter i nærmiljøerne, hvor de unge med anden etnisk baggrund end dansk befinder sig med det formål at facilitere en direkte dialog.
- Sommer Camps i skolernes sommerferie etableres med det formål at give de unge muligheden for at få indblik over fx 3-5 dage i professionen som soldat.

Omkostningerne til disse tiltag vil i model A-D årligt udgøre ca. 3,0-5,0 mio.kr.¹⁹, hvortil der kommer en initialudgift til udvikling på ca. 1,3 – 1,4 mio.kr.

Model B er den mindst omkostningstunge i relation til udvidelsen af arrangementer, idet både Sommer Camps og udvidelsen af Inspirationsdage for Kvinder ikke etableres i denne model. Dette skal ses i lyset af, at værneretsordningen i model B giver mulighed for at afprøve professionen som soldat på samme måde, som værnepligten gør det i dag.

4.1.6 Erhvervspraktik

Forsvaret gennemfører i dag erhvervspraktik for ca. 6.500 skoleelever i folkeskolens afgangsklasser (9.-10. klasse), hvor praktikanterne får en indføring i professionen som soldat. Samtidig bygger praktikken en relevant og faglig bro ud til de offentlige vejledermiljøer.

¹⁷ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

¹⁸ Jf. bilag 3, pkt. 2.1, så stiger andelen af unge med anden etnisk baggrund end dansk af en ungdomsårgang fra ca. 8 % i 2011 til ca. 15 % i løbet af de kommende år.

¹⁹ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

Der ligger i erhvervspraktikken et oplagt potentiale for at kompensere delvist for den mistede effekt på involvering, som et bortfald af værnepligtstjenesten vil medføre. Det kan udnyttes, hvis erhvervspraktikken foldes bredere ud end i dag, hvor den primært er møntet på de grundlæggende militære kompetencer. På den baggrund skal følgende tiltag anbefales:

- Etablering af en fagligt orienteret praktikordning, hvor forsvarets mange fagligheder gøres tilgængelige for praktikanter fra folkeskolens afgangsklasser. Fx skal man kunne komme i erhvervspraktik som hundefører, bevogtningsassistent, flymekaniker, elektronikfagtekniker, mekaniker, officer, militærpolitisergerent, administrationsassistent, faglærer på en af forsvarets skoler etc. Ordningen vil skulle administreres af Forsvarets Rekruttering, mens selve praktikforløbene skal forvaltes af relevante myndigheder i forsvaret, herunder de operative kommandoer og de funktionelle tjenester, gennem de praktikansvarlige ved underlagte myndigheder. Formålet med ordningen vil være at synliggøre forsvarets spændvidde som virksomhed og dermed uddannelses- og jobmulighederne i forsvaret.
- Etablering af en praktikordning for ungdomsuddannelser, hvor elever på tekniske uddannelser og handelsskoler får mulighed for at komme i erhvervspraktik i en faglig funktion, der er relevant i forhold til deres uddannelse. Praktikantene skal i praktikforløbet også introduceres til det militære islæt. Formålet med ordningen vil være, at synliggøre de faglige uddannelses- og karrieremuligheder i forsvaret.
- Etablering af praktikordning for relevante efterskoler og højskoler, hvor eleverne er tiltrukket af en aktiv livsstil og af forsvaret, fx skoler med fokus på idræt og friluftsliv. Formålet med ordningen vil være at skabe interesse hos et segment, som profilmæssigt ses at have gode forudsætninger for at egne sig til militærtjeneste.

Omkostningerne ved ovennævnte tiltag vil i model A-D årligt udgøre ca. 2,5-3,2 mio.kr.²⁰ Her-til kommer initialudgifter til udvikling på ca. 0,3-0,4 mio.kr.

Model B afviger fra de øvrige modeller som den med de laveste omkostninger, hvilket skyldes, at kun et af de foreslåede tiltag gennemføres i denne. De tiltag, som er foreslået for at kompensere for bortfaldet af værnepligtens involverende effekt, er ikke nødvendige i model B, da værneretsordningen i denne model modsvarer den nuværende værnepligtsordning.

4.1.7 Vejledere

Forsvarets Rekruttering har i dag samarbejde med såvel UU-vejledere som studievejledere på folkeskolerne og ungdomsuddannelserne, idet samarbejdet dog afhænger af vejledernes motivation for et samarbejde. Vejlederne er ikke forpligtiget til at samarbejde med Forsvarets Rekruttering. Samarbejdet udgår fra de nuværende rekrutteringscentre til vejlederne på de lokale skoler og uddannelser. Formålet med samarbejdet med vejlederne er at etablere en kommunikationskanal til de unge, der står foran at træffe et valg om uddannelse og fremtidig karriere. Vejlederne har en vigtig rådgivende rolle for den enkelte elev og er samtidig indgangsportalen til lokale uddannelsesarrangementer, hvor forsvarets uddannelser søger at blive repræsenteret. Gennem vejlederne får forsvaret mulighed for at skabe kendskab til og interesse for forsvarets uddannelser og indsatsen kan dermed medvirke til at kompensere for bortfaldet af Forsvarets Dag.

Følgende tiltag anbefales:

²⁰ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

- Funktionaliteterne på det nuværende vejledersite udvides, så relevant information for vejlederne bliver gjort nemmere tilgængeligt, herunder skal det være muligt at booke foredrag om forsvarets uddannelser og job, bestille erhvervspraktikpladser, booke studiebesøg ved forsvarets enheder, downloade brochurer mv. Formålet er at få etableret samarbejde med flere vejledere end i dag og dermed få adgang til at skabe kendskab til forsvarets uddannelser hos flere af de unge i den primære målgruppe.
- Årligt seminar for vejledere afholdes med det formål at skabe grundlaget for samarbejde og dialog med flere vejledere end i dag, herunder forstå og imødekomme vejledernes behov i deres dagligdag.
- Udvikling af informationspakke for vejledere, som afstemmes behovene på de enkelte uddannelsesniveauer. Vejlederne skal indarbejdes i Forsvarets Rekrutterings systematiske informationsflows via en segmentering af vejlederne i et CRM system, hvilket vil gøre det muligt at målrette kommunikationen mod den enkelte vejleder i forhold til vedkommendes ønsker og behov.

De årlige omkostninger til ovenstående tiltag på vejlederplatformen vil udgøre ca. 0,6 mio.kr.²¹ i alle fire modeller. Hertil kommer initiale udviklingsudgifter på ca. 0,8 mio.kr.

4.1.8 Messer, skoler, orienteringer m.v.

Med bortfaldet af Forsvarets Dag vil en stor del af de unge på ungdomsuddannelserne ikke komme til forsvaret og stifte bekendtskab med uddannelses- og jobmulighederne i forsvaret. Det betyder, at forsvaret i stedet må komme til de unge. Det kan bl.a. ske gennem forsvarets uddannelsers fysiske tilstedeværelse på uddannelses- og jobmesser samt gennem foredrag på skoler, hvorfor indsatsen på denne platform anbefales opjusteret. Informatører og rollemodeller fra forsvarets enheder, som hver især repræsenterer relevante uddannelser, afgives til messe- og foredragsaktiviteter samt til forudgående forberedelse og koordinering af indsatsen. Den samlede indsats på platformen styres og administreres af Forsvarets Rekruttering.

Følgende tiltag skal anbefales²²:

- Øget messe- og foredragsaktivitet med det formål at skabe kontakt med flere unge i målgruppen.
- Etablering af et ambassadørkorps af rollemodeller, som kan anvendes til både foredragsvirksomhed og til messeaktiviteter. Formålet er at sikre, at forsvarets uddannelser og jobs repræsenteres af repræsentative rollemodeller, som opfylder specifikke kriterier. Ligeledes medvirker et formelt ambassadørkorps til at skabe legitimitet om den enkelte medarbejders bidrag til rekrutteringsvirksomheden.
- Inddragelse af forsvarets oplysningsvirksomhed i rekrutteringsvirksomheden gennem videreførelse af de dele af den nuværende oplysningsvirksomhed, som skaber relevant kontakt og dialog med de unge. Formålet er at skabe kendskab til forsvaret og forsvarets rolle i samfundet, inden de unge skal foretage uddannelses- og karrierevalg.
- Deltagelse i relevante aktiviteter i nærmiljøerne med det formål at skabe synlighed omkring forsvaret, herunder som en aktiv del af lokalsamfundet. Relevante aktiviteter kan fx

²¹ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

²² Erfaringer fra Sveriges første år (2011) med 100 % frivillighed viser, at de individer, som endte med at blive udvalgt til en optagelsesprøve, i højere grad end de øvrige interesserede, angav den direkte kontakt med forsvaret (møde i byen eller på skolen, praktik, ungdomsvirksomhed etc) som en hovedårsag til valget af forsvaret. Disse direkte kontakter, som synes at have en positiv indvirkning på rekrutteringsgrundlaget, betoner vigtigheden af at være synlige ude i samfundet.

være idrætsstævner, sociale aktiviteter for unge, foredragsaftener i den lokale ungdomsklub o.l.

Ovennævnte tiltag vil i model A-D medføre årlige omkostninger på ca. 5,3-6,4 mio.kr.²³ Hertil kommer en initial udgift til udvikling på ca. 1,3-1,8 mio.kr.

Model B er den model, der medfører færrest meromkostninger, mens de øvrige modeller har lige store meromkostninger på denne platform, hvilket igen skyldes, at model B baserer sig på en værneretsordning, som kan virke som en prøveperiode for de unge, inden de træffer en endelig beslutning om at søge om en uddannelse i forsvaret.

4.2 Optagelsesprøver

Forsvarets Dag er i dag det første møde med forsvaret for samtlige 18-årige unge mænd og de kvinder, der takker ja til invitationen til Forsvarets Dag. På Forsvarets Dag sker en kategorisering i egnede, begrænset egnede og uegnede til værnepligtstjeneste. Denne kategorisering sker på baggrund af en lægeundersøgelse, hvor den unge forinden har udfyldt et helbredsspørgeskema, samt en skriftlig intelligensprøve. Hvis man indkaldes til værnepligtstjeneste sker der endvidere en screening for straffemæssige forhold, hvor man normalt erklæres for uegnet til værnepligtstjeneste, hvis man har modtaget en dom på mere end 30 dages ubetinget fængsel.

Søger man en uddannelse i forsvaret gennemføres normalt en egentlig optagelsesprøve, som typisk strækker sig over 2 dage, men indhold og omfang afhænger af, hvilken uddannelse, man søger. Alle optagelsesprøver gennemføres i dag ved Forsvarets Rekruttering i Jonstrup, og denne opgave forudsættes uændret, idet den er uafhængig af værnepligten. Kapaciteten i Jonstrup er p.t. fuldt udnyttet.

Undtaget herfra er i dag ansøgere til reaktionsstyrkeuddannelsen, hvor der primært foretages en administrativ udvælgelse af de bedst egnede - primært baseret på vurdering fra værnepligtstjenesten samt om ansøgerne kan sikkerhedsgodkendes og kan bestå forsvarets fysiske test. Fra og med 2011 foretages endvidere en screening for psykisk robusthed, hvor ca. 15 % af ansøgerne fravælges som uegnede.

I model A-D forudsætter Forsvarets Rekruttering, at Forsvarets Dag, og dermed de nuværende fem rekrutteringscentre, nedlægges, idet dog ca. 1 årsværk fra hvert af de 5 rekrutteringscentre, som i dag beskæftiger sig med de nuværende rekrutteringsopgaver, forudsættes opretholdt.

I alle modellerne vil der i stedet være behov for at gennemføre en optagelsesprøve som erstatning for den vurdering, der i dag gennemføres på Forsvarets Dag og igennem værnepligtsforløbet, hvor de unges egnethed til militærtjeneste vurderes.

Formålet med optagelsesprøver er at sikre, at det er de bedst egnede, der bliver udvalgt til optagelse på de respektive uddannelser samt at sikre mindst muligt frafald under uddannelserne. Kompetencekravene er vidt forskellige, afhængig af uddannelse, selvom der også er

²³ Jf. pkt. 5.1, figur 4.

visse fællestræk, herunder fx helbreds krav, krav om god fysisk form og krav om psykisk robusthed.

Til gennemførelse af optagelsesprøverne vurderes at være behov for at etablere 2-3 afprøvningsfaciliteter med geografisk spredning, så ansøgere fra udkantsområder ikke får for lang rejsetid. Kvantitativt er behovet størst i model B, hvor ca. 11.000-14.000 unge skal gennem noget, der minder om den nuværende Forsvarets Dag, dvs. med en afprøvning, der kan gennemføres på 1 dag. I de øvrige modeller er der varierende behov, men med den givne kvantitet i de enkelte modeller, vurderes opgaven at kunne løses med 2-3 afprøvningsfaciliteter. De nuværende rekrutteringscentre vil med fordel kunne anvendes til formålet, hvorved etableringsomkostninger kan spares.

Omkostningerne ved driften af 2-3 afprøvningsfaciliteter samt overtagelse af nuværende udadvendte rekrutteringsopgaver fra Forsvarets Dag anslås at udgøre ca. 14,4-24,2 mio.kr. årligt, hvor Model B er dyrest (ca. 24,2 mio.kr.) grundet større volumen i afprøvningen. De øvrige modeller vurderes at være på omtrent samme omkostningsniveau (ca. 14,4 mio. kr.). Til sammenligning spares ca. 34,6 mio. kr. årligt ved nedlæggelsen af den nuværende Forsvarets Dag.

4.3 Evaluering

Ovenstående nye tiltag skal alle underkastes en løbende evaluering af effekt i forhold til resourceforbrug, således at der kan ske en løbende effektivisering og tilpasning af rekrutteringsvirksomheden til de ændrede præmisser. Forsvarets Rekruttering anvender i dag analyseinstituttet Epinion til at foretage målinger på konkrete arrangementer, effekter af kampagner mv., mens selve evalueringen foretages i et samarbejde mellem Epinion, Forsvarets Rekruttering og øvrige interessenter i de enkelte aktiviteter. Der er behov for at udvikle et decideret evalueringskoncept, som favner de nye rekrutteringstiltag, så det sikres, at der måles på de parametre, der er styringsinteressante. Omkostningerne hertil anslås til ca. 2,7 mio.kr. årligt samt ca. 0,8 mio. kr. i udviklingsudgifter.

4.4 Sammenfatning af rekrutteringsopgaven i model A

I model A baserer forsvarrets og Beredskabsstyrelsens opgaveløsning sig udelukkende på professionelle. Forsvarets Rekruttering har beregnet behovet for antallet af ansøgere i model A til ca. 3.200 kvalificerede ansøgninger årligt til forsvarrets og Beredskabsstyrelsens uddannelser²⁴. For at løse denne opgave, når værnepligten og Forsvarets dag bortfalder, vurderer Forsvarets Rekruttering, at der vil være behov for en markant opjustering af rekrutteringsindsatsen på alle de øvrige rekrutteringsplatforme. De samlede årlige meromkostninger til løsning af rekrutteringsopgaven i model A vurderes at udgøre 17,1-20,2 mio.kr. (prisniveau 2010). Hertil kommer initialudgifter til udvikling på ca. 12,6 mio.kr. (se pkt. 5 for en udførlig oversigt).

4.5 Sammenfatning af rekrutteringsopgaven i model B

I model B er der behov for cirka 5.000 værneretslige til forsvarret og 690 til Beredskabsstyrelsen. Forsvarets Rekruttering skønner, på baggrund af erfaringstal, at dette afføder et behov

²⁴ Behovet for ca. 3.200 kvalificerede ansøgninger er det erfaringsbaserede behov, når der skal optages 1.400 unge på forsvarrets grundlæggende uddannelser og til særtjenesterne samt 225 unge til Beredskabsstyrelsen. Der findes en principskitse for opgørelsen af behovet for kvalificerede ansøgninger i bilag 3, pkt. 3.

for, at ca. 11.000-14.000²⁵ årligt melder sig frivilligt til at møde op til en justeret version af Forsvarets Dag²⁶. Forsvarets Rekruttering forventer, at der på baggrund af den høje frivillighedsprocent for aftjening af værnepligt i dag vil være ca. 6-6.500 unge mænd og kvinder om året, der vil reagere positivt på en skriftlig invitation til Forsvarets Dag. Det er Forsvarets Rekrutterings vurdering, at de resterende ca. 5-8.000 ansøgninger til Forsvarets Dag skal tilvejebringes gennem en ekstra indsats. Desuden er der behov for en mindre indsats for at kompensere for, at ikke alle unge mænd kommer på Forsvarets Dag.

For at løse denne opgave, vurderer Forsvarets rekruttering, at der vil være behov for en opjustering primært af kampagnevirksomheden og ikke mindst opretholdelse af faciliteter til gennemførelse af Forsvarets Dag for 11.000-14.000 unge årligt. De samlede meromkostninger til løsning af rekrutteringsopgaven i model B vurderes årligt at udgøre 13,0-16,3 mio.kr. (prisniveau 2010). Hertil kommer initialudgifter til udvikling på ca. 8,7 mio.kr. (se punkt 5 for en udførlig oversigt). Heri er indregnet omkostninger til driften af tre faciliteter til erstatning for den nuværende Forsvarets Dag.

4.6 Sammenfatning af rekrutteringsopgaven i model C

I model C vurderer Forsvarets Rekruttering, at der vil være behov for at tilvejebringe ca. 6.800 kvalificerede ansøgere årligt til en værneretsordning.²⁷ Det er forventningen, at ca. halvdelen af ansøgningerne kan tilvejebringes gennem den nuværende rekrutteringsvirksomhed, og at der således, for at tilvejebringe ansøgninger nok til at dække det fulde behov, vil være behov for en ekstra indsats.

At ca. halvdelen forventes at kunne tilvejebringes gennem den nuværende rekrutteringsvirksomhed skal bl.a. ses i lyset af den høje frivillighedsprocent blandt de værnepligtige i dag samt andelen på ca. 13-15 % af de unge, som er interesseret i en uddannelse i forsvaret. Forskellen til i dag er primært, at den obligatoriske Forsvarets Dag er suspenderet, og dermed bliver 37.000 unge mænd ikke eksponeret for forsvarets uddannelsesmuligheder. Dertil kommer, at værneretsordningen primært vil være rettet mod forsvarets særtjenester samt mod indtag på forsvarets grundlæggende uddannelser. I forhold til sidstnævnte kræves det, at den værneretssøgende på forhånd har tilkendegivet, at vedkommende vil fortsætte på en af forsvarets grundlæggende uddannelse efter grunduddannelsen, fx en reaktionsstyrkeuddannelse. Forskellen til i dag er, at de unge i dag udelukkende forpligter sig til at gennemgå basisuddannelsen og først i løbet af basisuddannelsen skal beslutte sig for at søge videre.

De samlede meromkostninger til løsning af rekrutteringsopgaven i model C vurderes at udgøre 15,8-18,9 mio.kr. (2013-pl). Hertil kommer initialudgifter på ca. 12,6 mio.kr. til udvikling. (se punkt 5 for en udførlig oversigt)

²⁵ Til sammenligning inviterede det svenske forsvar i 2011 ca. 8.000 unge, der på forhånd havde tilkendegivet interesse for forsvaret, til optagelsesprøve, hvilket udmøntede sig i ca. 2.000 egnede til militærtjeneste.

²⁶ Det er erfaringsmæssigt ca. 80 % af ansøgerne, der vælger at møde op. Endvidere vil en del blive fundet uegnet af helbredsmæssige eller andre årsager (ca. 20 %). Endelig er der en del, der alligevel ikke vil indgå en aftale, selvom de findes egnede. I sidste ende er det således ca. 40-50 % af dem, der indledningsvis tilkendegiver interesse i at møde på Forsvarets Dag, som indgår en aftale. Erfaringer fra 1. år af Sveriges overgang i 2011 til 100 % frivillighed viste, at kun 60 % af de inviterede mødte op, og at ca. 13 % af dem, der indledningsvis tilkendegav interesse, endte med at blive fundet egnede til at gennemgå den grundlæggende militære uddannelse.

²⁷ Behovet for ca. 6.800 kvalificerede ansøgere er det erfaringsbaserede behov for at opfylde behovet for optagelse af 1.300 på forsvarets grundlæggende uddannelser (konstabeluddannelserne, sergentuddannelserne og reaktionsstyrkeuddannelsen) samt 1005 til særtjenesterne og 690 til Beredskabsstyrelsen.

4.7 Sammenfatning af rekrutteringsopgaven i model D

I model D vurderer Forsvarets Rekruttering, at der skal der tilvejebringes op til ca. 2.600 ansøgere for at opfylde behovet på forsvarets grundlæggende uddannelser (konstabel- og sergentuddannelserne samt reaktionsstyrkeuddannelsen) samt ca. 3.600 ansøgere til værneretsordningen ved særtjenesterne og Beredskabsstyrelsen²⁸.

De 3.600 ansøgere til værneretsordningen ved særtjenesterne og Beredskabsstyrelsen vurderer Forsvarets Rekruttering vil kunne tilvejebringes gennem den nuværende rekrutteringsvirksomhed. Model D ligner således model C i rekrutteringsmæssig henseende, hvilket afspejler sig i de anbefalede rekrutteringsmæssige tiltag, som er identiske. De økonomiske konsekvenser er således også de samme som nævnt for model C.

²⁸ Behovet for ca. 2.600 kvalificerede ansøgere for at opfylde behovet på forsvarets grundlæggende uddannelser (konstabeluddannelserne, sergentuddannelserne og reaktionsstyrkeuddannelsen) og ca. 3.600 ansøgere til værneretsordningen ved særtjenesterne og Beredskabsstyrelsen er det erfaringsbaserede behov, når der skal optages henholdsvis 1.300 unge på forsvarets grundlæggende uddannelser samt 1.005 unge til særtjenesterne og 440 til Beredskabsstyrelsen.

5. Økonomiske forhold vedrørende rekrutteringsvirksomheden ved en suspension af værnepligten

5.1. Meromkostninger samt initialudgifter ved de enkelte modeller A-D

Nedenstående figur 4 viser den detaljerede fordeling af omkostningerne ved gennemførelse af de i bilag 4 nævnte rekrutteringsaktiviteter samt etablering af en geografisk fordelt afprøvningskapacitet. Meromkostningen i de enkelte modeller fremkommer ved at addere omkostningerne og fratække den besparelse, der opnås ved nedlæggelsen af nuværende Forsvarets Dag. At der er et spænd i de forventede omkostninger til såvel kampagnevirksomhed som afprøvningsvirksomhed skyldes en direkte sammenhæng med spændet i det forventede indtag på forsvarrets uddannelser.

Aktivitet	Model			
	(mio.kr., 2013-pl)			
	A	B	C	D
Kampagner	14,6	8,2-11,5	13,2	13,2
CRM database	0,3	0,3	0,3	0,3
Online: Web og mobil	0,8	0,8	0,8	0,8
Intern rekruttering	3,8	0,0	3,8	3,8
Arrangementer	5,0	3,0	5,0	5,0
Erhvervspraktik	3,2	2,5	3,2	3,2
Vejledere	0,6	0,6	0,6	0,6
Messer, skoler, orienteringer	6,4	5,3	6,4	6,4
Evaluering	2,7	2,7	2,7	2,7
Overtagelse af rekrutteringsopgaver fra Forsvarets Dag samt etablering af afprøvningskapacitet	14,4-17,4	24,2	14,4-17,4	14,4-17,4
- Nedlæggelse af Forsvarets Dag	-34,6	-34,6	-34,6	-34,6
Samlede årlige meromkostninger	17,1-20,2	13,0-16,3	15,8-18,9	15,8-18,9
Initialudgift	12,6	8,7	12,6	12,6

Figur 4: Fordeling af omkostningerne ved gennemførelse af de i bilag 4 nævnte rekrutteringsaktiviteter samt etablering af en geografisk fordelt afprøvningskapacitet (2013-pl).

5.2 Samlede omkostninger ved de enkelte modeller

Efterfølgende er omkostningerne udregnet i prisniveau 2013.

5.2.1 Model A

De af model A affødte samlede omkostninger i forhold til rekrutteringsvirksomheden for forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser fremgår af nedenstående figur 5.

Uddannelse/tjeneste:	Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning ²⁹ (mio.kr., 2013-pl) I alt	Omkostninger (mio.kr., 2013-pl)		
		Direkte	Indirekte ³⁰	I alt
Rekrutteringsvirksomheden i model A	34,5 ³¹	46,4	5,5-8,6	52,0-55,0
Lønudgifter	18,7	23,3		23,3
Variable ydelser	0,2	0,2		0,2
Øvrig drift	9,6	22,9		22,9
Omkostninger (etablissement)	6,0		5,5-8,6	5,5-8,6
Militærnægtere	8,9			
Vederlag	4,2			
Kost- og hjemsendelsespenge samt beklædningsgodtgørelse	3,3			
Rejsekort	1,5			
Militærnægteradministration	2,5			
Omkostning til udvikling og implementering af de enkelte tiltag (initialudgifter) i f.m. rekrutteringsvirksomheden i model A	-			ca. 12,6

Figur 5: Model A - Affødte økonomiske omkostninger i forhold til det koncernfælles område.

²⁹ Oversigt over "Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning" – fra kap. 5 – muliggør at sammenholde omkostninger inden for det koncernfælles område ved den nuværende værnepligt med det, der i model A træder i stedet.

³⁰ De indirekte omkostninger består af materiel, lagertræk, etablissementsydelse og informatikydelser.

³¹ Samlede omkostninger til Forsvarets Dag.

5.2.2 Model B

De af model B affødte samlede omkostninger i forhold til rekrutteringsvirksomheden for forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser fremgår af nedenstående figur 6.

Uddannelse/tjeneste:	Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning ³² (mio.kr., 2013-pl) I alt	Omkostninger (mio.kr., 2013-pl)		
		Direkte	Indirekte	I alt
Rekrutteringsvirksomheden i model B	34,5 ³³	44,4-47,8	4,9 ³⁴	49,4-52,7
Lønudgifter	18,7	22,1		22,1
Variable ydelser	0,2	0,1		0,1
Øvrig drift	9,6	22,1-25,6		22,1-25,6
Omkostninger (etablissement)	6,0	0,0	4,9	4,9
Militærnægtere	8,9	0,0	0	0
Vederlag	4,2			
Kost- og hjemsendelsespenge samt beklædningsgodtgørelse	3,3			
Rejsekort	1,5			
Militærnægteradministration	2,5	0	0	0
Omkostning til udvikling og implementering af de enkelte tiltag (initialudgifter) i f.m. rekrutteringsvirksomheden i model B	-			ca. 8,6

Figur 6: Model B - Affødte økonomiske omkostninger i forhold til det koncernfælles område.

³² Oversigt over "Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning" – fra kap. 5 – muliggør at sammenholde omkostninger inden for det koncernfælles område ved den nuværende værnepligt med det, der i model B træder i stedet.

³³ Samlede omkostninger til Forsvarets Dag.

³⁴ De indirekte omkostninger består af materiel, lagertræk, etablissementsydelse og informatikydelser.

5.2.3 Model C

De af model C affødte samlede omkostninger i forhold til rekrutteringsvirksomheden for forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser fremgår af nedenstående figur 7.

Uddannelse/tjeneste:	Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning ³⁵ (mio.kr., 2013-pl) I alt	Omkostninger (mio.kr., 2013-pl)		
		Direkte	Indirekte	I alt
Rekrutteringsvirksomheden i model C	34,5 ³⁶	45,1	5,5-8,6 ³⁷	50,6-53,7
Lønudgifter	18,7	23,3		23,3
Variable ydelser	0,2	0,2		0,2
Øvrig drift	9,6	21,5		21,5
Omkostninger (etablissement)	6,0	0,0	5,5-8,6	5,5-8,6
Militærnægtere	8,9	0,0	0	0,0
Vederlag	4,2			
Kost- og hjemsendelsespenge samt beklædningsgodtgørelse	3,3			
Rejsekort	1,5			
Militærnægteradministration	2,5	0	0	0
Omkostning til udvikling og implementering af de enkelte tiltag (initialudgifter) i f.m. rekrutteringsvirksomheden i model C	-			ca. 12,6

Figur 7: Model C - Affødte økonomiske omkostninger i forhold til det koncernfælles område.

³⁵ Oversigt over "Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning" – fra kap. 5 – muliggør at sammenholde omkostninger inden for det koncernfælles område ved den nuværende værnepligt med det, der i model C træder i stedet.

³⁶ Samlede omkostninger til Forsvarets Dag.

³⁷ De indirekte omkostninger består af materiel, lagertræk, etablissementsydelse og informatikydelser.

5.2.4 Model D

De af model D affødte samlede omkostninger i forhold til rekrutteringsvirksomheden for forsvarets og Beredskabsstyrelsens uddannelser fremgår af nedenstående figur 8.

Uddannelse/tjeneste:	Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning ³⁸ (mio.kr., 2013-pl) I alt	Omkostninger (mio.kr., 2013-pl)		
		Direkte	Indirekte	I alt
Rekrutteringsvirksomheden i model D	34,5 ³⁹	45,1	5,5-8,6 ⁴⁰	50,6-53,7
Lønudgifter	18,7	23,3		23,3
Variable ydelser	0,2	0,2		0,2
Øvrig drift	9,6	21,5		21,5
Omkostninger (etablissement)	6,0	0,0	5,5-8,6	5,5-8,6
Militærnægtere	8,9	0,0	0	0,0
Vederlag	4,2			
Kost- og hjemsendelsespenge samt beklædningsgodtgørelse	3,3			
Rejsekort	1,5			
Militærnægteradministration	2,5	0	0	0
Omkostning til udvikling og implementering af de enkelte tiltag (initialudgifter) i f.m. rekrutteringsvirksomheden i model D	-			ca. 12,6

Figur 8: Model D - Affødte økonomiske omkostninger i forhold til det koncernfælles område.

³⁸ Oversigt over "Omkostninger v. den nuværende værnepligtsordning" – fra kap. 5 – muliggør at sammenholde omkostninger inden for det koncernfælles område ved den nuværende værnepligt med det, der i model D træder i stedet.

³⁹ Samlede omkostninger til Forsvarets Dag.

⁴⁰ De indirekte omkostninger består af materiel, lagertræk, etablissementsydelse og informatikydelser.