

Undervisningsministeriet

## Målrettet informationsindsats (Praktikpladskampagne)

18. september 2014

---

### Forslag

Der afsættes midler til at gennemføre en målrettet informationsindsats (praktikpladskampagne) i et partnerskab mellem arbejdsmarkedets parter både i den private og den offentlige sektor, skolerne og Undervisningsministeriet. Der inddrages private aktører i relevant omfang.

Informationsindsatsen skal understøtte en lang række af de udfordringer skoler og virksomheder står overfor i forhold til oprettelse af praktikpladser mv. i tilknytning til udfoldning af hele eud-reformen. Indsatsen skal i det omfang det er muligt koordineres med den informationsindsats, der vil blive rullet ud til offentligheden som en del af implementeringen af erhvervsuddannelsesreformen. Reformen er en yderligere anledning til at skabe opmærksomhed blandt virksomhederne om mulighederne for og fordelene ved at ansætte elever.

Indsatsen skal samtidig sætte fokus på de beskæftigelsesområder, hvor der er ledige praktikpladser og svag søgning af kvalificerede elever i forhold til arbejdsmarkedets behov.

### Baggrund

Kun ca. 20-23 pct. af de arbejdsgivere, som indbetaler bidrag til AUB, har indgået uddannelsesaftaler. For at skabe et større praktikpladsmarked, kan man fokusere på følgende virksomheder:

- Virksomheder, som ikke tidligere har haft elever, og som har mindst en faglært ansat.
- Virksomheder som er godkendt, men som ikke for nyligt har haft elever.
- Virksomheder, som har få elever ansat set i forhold til antallet af ansatte i øvrigt med relevant uddannelsesbaggrund og som reelt ville kunne aftage flere elever, f.eks. inden for andre uddannelser end de har været vant til.

For at øge praktikpladsmarkedet afsættes et beløb til at skabe rammerne for at udrolle en målrettet lokal og evt. regionale indsats, kombineret med en informationsindsats over for virksomhederne med det formål at skabe opmærksomhed om de mange positive elementer, der kan være for virksomhederne ved at tage en elev.

Kampagnen inddrager i relevant omfang de beskæftigelsesmæssige aspekter f.eks. behovet for at uddanne faglært arbejdskraft i lyset af den demografiske udvikling og forebyggelse af flaskehalse på arbejdsmarkedet.

Endvidere bygger indsatsen på en række af de nye tiltag i reformen af erhvervsuddannelserne, der vil understøtte, at eleverne vil være bedre kvalificerede, når de søger ansættelse i en praktikvirksomhed. Adgangskrav i dansk og matematik, målrettet 2. grundforløb mod de konkrete uddannelser, afsluttende grundforløbsprøve samt tæt opfølgning af elevernes indsats betyder, at praktikvirksomhederne fra

august 2015 kan forvente at blive opsøgt af elever, der er bedre rustede til at blive ansat end tidligere.

Indsatsen gennemføres i et partnerskab mellem arbejdsmarkedets parter både i den private og den offentlige sektor, skolerne og Undervisningsministeriet og det kan være relevant at inddrage beskæftigelsesindsatsens aktører i indsatsen. Der lægges vægt på, at parterne eventuelt med inddragelse af private aktører i den forbindelse bidrager aktivt til at sikre, at kommunikationsindsatsen når helt ud til medlemsvirksomhederne og deres medarbejdere, og at der sikres klar opbakning fra organisationerne helt ud i den lokale forankring. Indsatsen retter sig dog også mere bredt mod virksomheder, der ikke nødvendigvis er organiseret.

Rådet for de Grundlæggende Erhvervsrettede Uddannelser forudsættes inddraget i tilrettelæggelsen af indsatsen.

Da der er meget store variationer i omfanget og karakteren af praktikpladsproblemet, kan oplysningsindsatsen evt. målrettes bestemte brancher, uddannelser og geografiske områder, herunder kan det overvejes om en del af informationsindsatsens endelige udformning skal afvente de analyser der gennemføres i regi af de to initiativer ”Styrkelse af praktikpladskonsulenters arbejde” og initiativet ”Praktikpladsopsøgende elever” således at informationsindsatsen konkret kan udfoldes så det understøtter evt. konstaterede problemer.

Informationsindsatsen (kampagnen) deles således op to faser. Der igangsættes et udbud i 2014 for en kampagne der konkretiseres i samarbejde med REU. Det er hensigten at denne del af kampagnen igangsættes i februar til juni 2015.

Anden fase afventer en række af de igangsatte analyser og vil først blive påbegyndt i andet halvår evt. i forbindelse med opstarten på reformen i august 2015.

#### **Effekt/konsekvenser**

Der opnås et øget antal uddannelsesaftaler.

#### **Økonomi**

Der afsættes 5 mio. kr. i 2014 og 2,8 mio. kr. i 2015 til at finansiere kampagnen.