

Til:
Ministeriet for
Børn, Undervisning
Og Ligestilling
Styrelsen for
Undervisning og Kvalitet

13. december 2016
Vedr. sagsnummer: 138156

Evaluering af projektet, Vejen til en Erhvervsuddannelse, udført af Erhvervsskolernes
ElevOrganisation i 2016

Opsummering:

Mål	Opsat	Nået
Rollemodeller	60	39
Folkeskoler	300	157
Elever	6.000	10.000+
Erhvervsskoler	30	24

Overordnet set har kampagnen, Vejen til en Erhvervsuddannelse været en stor succes. På trods af, at det ikke er lykkedes at opnå alle vores på forhånd opsatte mål, så har vi formået at overkomme de fleste udfordringer og fået kampagnen ud til langt flere elever end vi kunne have håbet.

I denne rapport evaluerer vi kampagnen og vi vil komme ind på både udfordringer og succeser fra hele forløbet samt slutte af med en opsummering af, hvordan projektet kunne styrkes i en evt. #Vejentil2.0.

Evalueringen er baseret på vores egne indtryk og erfaringer, tilbagemeldinger fra eksterne aktører, evalueringsweekend med rollemodellerne i december samt en lille uofficiel undersøgelse vi har lavet på de fleste skoler vi har besøgt.

Hovedkonklusioner

1. Selvom det ikke er alle de opsatte mål der er nået, har kampagnen stadig haft en positiv effekt på en bred målgruppe. Der er nogle helt naturlige begrænsninger der forklarer den begrænsede målopfyldelse. Den primære målgruppe har været folkeskoleeleverne, og vi er nået ud til næsten dobbelt så mange af dem som først beregnet. Da kampagnens formål har været at give udskolings elever et bedre

grundlag at træffe uddannelsesvalg på baggrund af, har dette været prioriteret højest, så længe den geografiske spredning forblev jævn.

2. Der er fortsat efterspørgsmål på rollemodeller, da de udfylder et hul i den vejledning skolerne kan tilbyde deres elever. Ung-til-ung kontakten giver noget helt unikt ift. at nedbryde fordomme om erhvervsuddannelserne og få flere elever til at tage dem med i deres overvejelser om ungdomsuddannelser.
3. Projektet har selvfølgelig ikke været frit for udfordringer, men det har kørt til de fleste indblandedes tilfredshed og Erhvervsskolernes ElevOrganisation har gennem hele dette projekt gjort sig en masse erfaringer ift. hvordan man etablerer og kører et rollemodelkorps, der kan besøge folkeskoler. Der er således lagt et solidt fundament for at kunne brede projektet ud og køre det videre.

Målopfyldelse

Af ovenstående opsummering fremgår det, at det ikke er lykkedes at nå alle de opsatte mål. Ser man på kampagnens overordnede resultater, vurderer vi dog ikke dette til at være et problem for kampagnens effekt. For det første er der nogle helt naturlige begrænsninger og udfordringer der kan forklare dette og derudover har antallet af elever vi er nået ud til langt oversteg det oprindelige mål, hvilket vi ser som det vigtigste parameter. Specielt taget i betragtning, at den geografiske spredning af skolebesøgene stadig har været jævnt fordelt i hele landet (jf. bilag 1).

Udfordringer

1. Den korte tidsramme og opstart i sommerferien

Projektet startede rigtigt op i midten af juni. En projektleder blev ansat i slutningen af juni og skulle derfor rekruttere rollemodeller og planlægge skolebesøg i juli og august, hvor det meste af Danmark er på sommerferie. Det viste sig derfor at være en udfordring at komme i kontakt med erhvervsskoler, virksomheder, fagforeninger og brancheforeninger, hvorfor rekrutteringen af rollemodeller ikke blev helt så effektiv som vi havde regnet med da kampagnens mål blev sat. På trods af denne udfordring lykkedes det os at skaffe næsten 40 fuldt kvalificerede rollemodeller. Fordi antallet af rollemodeller blev lavere end først antaget, var vi også nødt til at skalere ned på antallet af skolebesøg. Forholdsmæssigt er antallet af skolebesøg lavere end antallet af rollemodeller, og det er det der sker når vi arbejder med mennesker. Der er kommet skole, arbejde og andre personlige ting i vejen hvilket betyder at rollemodellerne gennemsnitligt kun har besøgt 8 skoler i stedet for de 10 vi havde regnet med. Dog svinger det fra 1 til 18 besøg pr. rollemodel, fordi nogen har lagt en kæmpe indsats og andre ikke har haft den mulighed. Dette har selvfølgelig haft en betydning for, hvor vi kunne tilbyde flest skolebesøg, men generelt har alle rollemodellerne været villige til at køre langt, for at vi kunne nå så bredt ud som muligt. Vi ser derfor de 157 skolebesøg som et absolut maksimum i forhold til antallet af rollemodeller og er stolte over, at vi er nået så langt omkring.

Når man samtidig tager i betragtning, at de fleste skolebesøg har indeholdt 2-4 oplæg, må vi sige, at vores ressourcer er rigtig godt brugt. Dette er også en af årsagerne til, at antallet af elever vi er nået ud til er så langt over det oprindelige mål.

2. Overlap ift. initiativer for at informere om erhvervsskolerne

Målet om at afholde 30 informationsaftener er næsten nået med de 24. Dog ikke i samme format som planlagt. De fleste erhvervsskoler havde allerede planlagt åbent hus arrangementer og UU har afholdt en del uddannelsesmesser. At nå at planlægge og afholde vores egne arrangementer i samarbejde med skolerne var derfor urealistisk i kampagnens korte tidsramme. Samtidig mener vi, at flere arrangementer kun ville skabe mere konkurrence om målgruppen, og ikke nødvendigvis tilføje nogen værdi for hverken kampagnen eller erhvervsskolerne. I stedet koblede vi os på allerede eksisterende åbent hus arrangementer og uddannelsesmesser, hvorfra vi også har gjort os en del erfaringer.

Vi oplevede specielt to udfordringer, som har givet os erfaringer til fremover. For det første var det svært for de besøgende at finde ud af præcis hvad de kunne bruge os og kampagnen til, fordi vi faldt imellem to stole, da vi hverken repræsenterede bestemte uddannelser eller kunne agere vejledere. Hvis kampagnen skulle have bidraget bedst muligt til disse arrangementer, skulle vi have haft mulighed for at holde oplæg. På denne måde ville rollemodellerne have gjort det de var bedst til og vi ville have haft chancen for at gøre opmærksomme på os selv og vores stand, hvilket ville have givet meget mere interaktion.

For det andet var det meget tydeligt, at opreklamering og koncept spillede en stor rolle for succes. Hvis erhvervsskolerne skal tiltrække flere elever er det vigtigt, at der er liv og god stemning når der afholdes arrangementer som åbent hus og uddannelsesmesser. Hvis der ikke er nok besøgene og hvis det føles akavet at gå rundt og kigge, så får man ikke indtryk af, at erhvervsskolerne er rare at gå på. Er dette tilfældet, så bliver afholdelsen af disse arrangementer muligvis kontraproduktiv. På denne baggrund kan vi se, at opreklamering, samarbejde og brug af elever til disse arrangementer er vigtige. Hvis for mange skoler afholder arrangementer inden for kort tid, eller i weekenderne, virker det mindre sandsynligt, at folk vil blive ved med at komme, heller ikke selvom opreklameringen har været god. Eleverne er med til at skabe en god stemning på skolerne og det kan være nemmere for de unge at snakke med jævnaldrene frem for lærere og vejledere. Vi oplevede at det oftest var forældrene der førte samtalen på den unges vegne, specielt når det var andre voksne de snakkede med.

Effekt

Det er rigtig svært at måle på effekten af en kampagne som Vejen til en erhvervsuddannelse, da de rigtige og langvarige effekter først vil være at spore om mange år, og det vil til den tid være rigtig svært at vurdere præcis hvilken effekt kommer fra denne kampagne og hvilke kommer fra andre tiltag. Dette afsnit er derfor baseret på den umiddelbare effekt vi har kunnet se, hvilket vi har forsøgt at tolke til mulige fremtidige effekter.

Intern Undersøgelse

Hver gang vi har været på skolebesøg, er lærerne blevet bedt om, på forhånd, at spørge eleverne hvor mange der kunne overveje en erhvervsuddannelse. I afslutningen af rollemodellernes oplæg, har de stillet det samme spørgsmål. På denne baggrund har vi

kunnet danne os et meget overordnet indtryk af, hvorvidt vores oplæg har haft en effekt på eleverne. Denne undersøgelse er hverken evidensbaseret eller statistisk sikker, den er udelukkende lavet for at få en fornemmelse af, om vores rollemodeller har rykket noget når de har været ude. Vi har resultater fra 75 oplæg, som viser en ret svingende effekt. Til enkelte oplæg bliver færre interesseret i at overveje en erhvervsuddannelse efter oplægget og i andre tilfælde er der mere end 50% flere der efter oplægget kunne overveje at tage en erhvervsuddannelse.

Rollemodellerne har selv fortalt, at der har været stor forskel på lydhørheden i de klasser de har holdt oplæg i. Enkelte steder ville alle på gymnasiet og havde slet ingen intentioner om at skulle høre om andre muligheder. Nogen steder var det også det indtryk lærerne gav. Det er også i nogle af disse klasser, at effekten har været negativ. Gennemsnitligt har de 75 oplæg dog betydet, at 20% flere af tilhørerne overvejer en erhvervsuddannelse efter de har hørt rollemodellernes oplæg i forhold til før oplægget.

Derudover spurgte vores rollemodeller også afslutningsvist hvor mange elever der følte de havde fået ny eller mere information om erhvervsuddannelserne. Til dette spørgsmål har gennemsnitligt 75% af eleverne svaret ja.

Dermed ser vi en klar tendens til, at kampagnen har haft den ønskede effekt ift. at give eleverne i udskolingen et bedre grundlag for at træffe et oplyst uddannelsesvalg.

Feedback

Alle skoler er blevet bedt om feedback efter de har haft besøg. Vi har fået tilbagemeldinger fra ca. en tredjedel. Et fåtal af vores rollemodeller har givet anledning til negativ kritik, bl.a. fordi de er kommet til at tale nedladende om gymnasiet eller ikke har haft helt styr på de praktiske ting omkring erhvervsuddannelserne. Dette er selvfølgelig uheldigt og absolut ikke meningen med kampagnen. Vi har løbende rettet op på dette med de pågældende rollemodeller og vi tager det til efterretning ift. hvad der skal fylde i et træningsforløb. Rollemodellerne selv er af den opfattelse, at nogle skoler på forhånd er negativt indstillet ift. at høre om erhvervsuddannelserne, og at de derfor har været meget sensitive når rollemodellerne har forsøgt at sammenligne STX og EUD ved bl.a. at fortælle om de fremtidsmuligheder man har efterfølgende. Hvis dette er tilfældet, viser det endnu engang behovet for, at få mere information om erhvervsuddannelserne ud til folkeskolerne.

Heldigvis har langt størstedelen af skolerne og UU-vejlederne kun haft positive ting at sige (jf. Bilag 2). Det der går igen er, at ung-til-ung kontakten er helt unik, hvilket åbner op for dialogen om, at der findes flere forskellige uddannelsesmuligheder efter folkeskolen.

At det er de unge der kommer ud og snakker med folkeskoleeleverne er derfor projektets største styrke, og samtidig det der gør det unikt ift. mange andre tiltag. Eleverne lytter, fordi de kan identificere sig med dem der taler. Det bliver mere virkelighedsnært at høre om uddannelse og uddannelsesvalg når det er folk tættere på ens egen alder, end når det er lærere, forældre eller vejledere. Det er vores oplevelse, at der er stor efterspørgsel efter unge fra erhvervsuddannelserne, der kan supplere vejledernes informationer. Derfor har det været attraktivt at have et centralt sted at henvende sig, for at få dette behov opfyldt. En del af de skoler vi har besøgt samt skoler vi ikke har besøgt har henvendt sig om besøg i 2017, hvilket viser, at der stadig er en efterspørgsel efter det kampagnen kan tilbyde.

Fem af vores rollemodeller deltog i Ministeriets Temadag: Erhvervsuddannelsernes muligheder for at tiltrække flere elever. Her fik en stor del af landets erhvervsskoler også muligheden for at høre rollemodellerne fortælle, samt få indblik i hvad det er de er ude på folkeskolerne og formidle. Selv erhvervsskoler, der har adgang til dygtige elever, udtrykte begejstring overfor projektet og sagde, at de var imponerede over, at det var lykkedes at stable et landsdækkende rollemodelkorps på benene.

På både uddannelsesmesser, informationsaftener og andre større arrangementer vi har deltaget i, har kampagnen fået positiv feedback. Rygtet om kampagnen har spredt sig vidt og de, der har henvendt sig, har henvendt sig med rosende ord om konceptet.

Rigtig mange har udtrykt ærgrelse over, at projektet ikke vil fortsætte, da de mener det er et projekt som dette der skal til for at få flere unges øjne op for erhvervsuddannelserne.

Det vigtigste er, at der kommer information, så eleverne kan træffe et oplyst valg. Denne information skal dog for det første være på samme niveau som den information der kommer om fx STX og den skal få de unge til at se mulighederne i flere af de ungdomsuddannelser der tilbydes. Rollemodellernes supplement til den information eleverne får på skolerne kan netop dette, da de personlige fortællinger både mindsker folkeskoleelevernes usikkerheder og udfordrer deres fordomme, fordi informationerne kommer direkte fra en kilde de kan forholde sig til og fordi der sættes levende billeder på de oplysninger der gives.

Overordnet Indtryk

Sætter man vores uofficielle undersøgelse op i mod den feedback vi har fået fra UU-vejledere og lærere samt andre eksterne aktører, så tør vi godt konkludere, at kampagnens samlede effekt har været positiv. Det er lykkedes at stable et korps af rollemodeller på benene, som kunne bookes i hele landet og var rimelig fleksibelt ift. at tilpasse sig skolernes behov. Eleverne i særdeleshed, men også lærere og vejledere, har fået mere information om erhvervsuddannelserne og har derfor nu et bedre grundlag at træffe deres uddannelsesvalg på baggrund af.

Vi har en klar fornemmelse af, at der har været et behov for det tilbud vi har haft muligheden for at give med Vejen til en Erhvervsuddannelse. Vi tror dog ikke, at dette behov er blevet tilfredsstillet i projektperioden. For det første har vi kun haft mulighed for at besøge ca. 160 folkeskoler, og for det andet vil der allerede om et halvt år være nye 7. Klasser på de skoler vi allerede har besøgt, som ikke har haft muligheden for at få besøg af rollemodellerne. Derudover har vi som sagt allerede fået en del henvendelser om besøg i 2017.

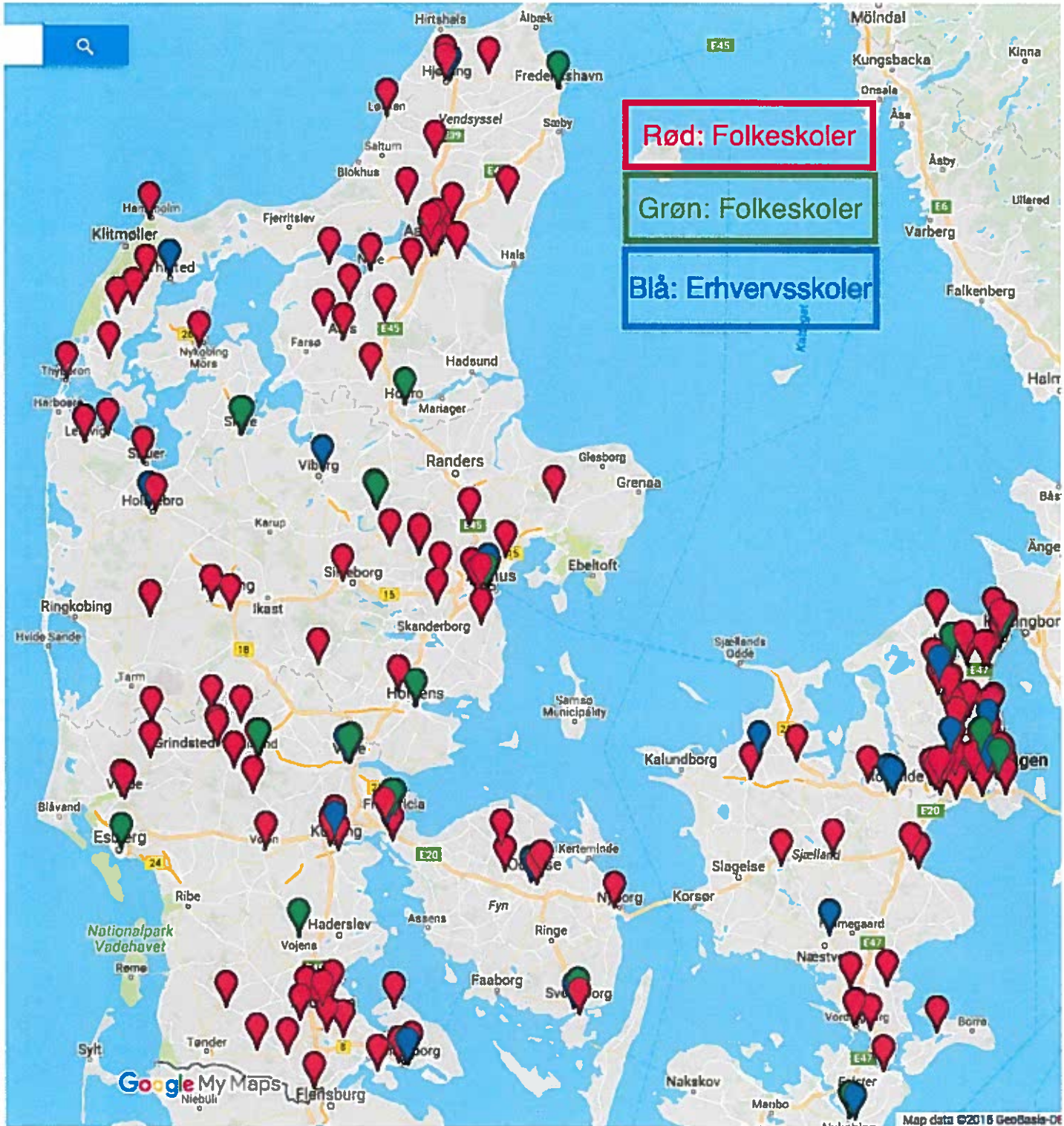
Vi mener, at vi med Vejen til en Erhvervsuddannelse har vist, at det for EEO er muligt at lave et kontinuerligt korps af rollemodeller, at der er efterspørgsel efter dette og at det har en positiv effekt ift. at give erhvervsuddannelserne en mere central plads når det kommer til uddannelsesvalg efter folkeskolen.

Vi har derfor et stort ønske og en ambition om, på en eller anden måde, at fortsætte projektet og gøre det mere permanent. I sidste afsnit har vi samlet vores erfaringer og opsummeret hvordan vi forestiller os et mere permanent oplysningsprojekt kunne se ud.

Erfaringer

Den primære erfaring vi har gjort os er, at mere tid ville have givet et bedre projekt. Rigtig mange af vores udfordringer er et resultat af den stramme tidsplan og den korte projektperiode. Vi har på denne baggrund sammenfattet vores primære ideer til hvordan man kunne bruge vores erfaringer til at lave et længere og mere stabilt forløb.

1. En længere rekrutteringsperiode ville gøre det mere sandsynligt at få et større antal rollemodeller. Derudover ville det øge muligheden for at være i ordentlig dialog med virksomheder og erhvervsskoler, så der kunne laves direkte aftaler med dem om lån og frikøb af rollemodeller. Denne model ville sikre en større kontinuitet i den tid den enkelte rollemodel kunne lægge i projektet, da uforudsete travlhedsperioder og skoleforløb ikke ville komme i vejen med lige så stor sandsynlighed
2. På træningsforløb skal der lægges større vægt på den generelle information om erhvervsskolerne og hvor den kan findes, samt et indblik i hvad det er folkeskoleeleverne allerede har adgang til af information. På denne måde vil rollemodellerne lettere kunne tilrettelægge deres forløb og der vil ikke være ligeså stor risiko for, at de ender med at give misvisende oplysninger.
3. Løbende rekruttering og træning. På denne måde vil det være muligt at udskifte rollemodeller undervejs, hvis de bliver færdige eller kommer ind i travle perioder, uden at skulle starte forfra hver gang. Nye og gamle rollemodeller kunne samles på træningsforløb, således at nye vil kunne modtage gode råd fra de "gamle" og de gamle ville kunne udveksle erfaringer.
4. Forberedelsesmateriale til folkeskolerne. Således kan man bedre sikre sig, at elever og lærere er forberedte på og åbne overfor de oplæg rollemodellerne kommer ud med. Samtidig vil det blive lettere for rollemodellerne at forberede meningsfulde oplæg, fordi de vil have en bedre ide om hvilken viden der ligger hos eleverne på forhånd.
5. En mere gennemsigtig bookingmetode. Hvis man gør tilgængelige datoer og tidsintervaller lidt mindre fleksible, vil det for det første blive nemmere for skoler og koordinator at planlægge, men det vil også forbedre muligheden for at ligge flere besøg på samme dag, hvilket vil gøre den enkelte rollemodels tid mere effektiv.
6. Skal man fortsætte med at have forældrene som målgruppe, skal formatet for hvordan projektet får kontakt gentænkes. Det kunne fx være en ide at undersøge muligheden for at samarbejde med de skoler der får besøg af rollemodeller om forældremøder, hvor rollemodellerne kunne komme og fortælle.
7. Større fokus på målgruppens behov. Der er stor forskel på at snakke for en 7. Klasse eller en 8. klasse. Fokus på målgruppen under træningsforløb og muligheden for at differentiere oplæggene og tilbyde mere end ét indhold (fx også et rettet mod forældrene) kunne skabe større efterspørgsel, men også en bedre effekt.
8. En mere fokuseret og offensiv mediestrategi, for at sikre, at projektet og dets budskaber bliver alment kendte. På denne måde kan projektet bidrage til at påvirke debatten, ved at give rollemodellerne en stemme, og det vil samtidig hjælpe til at udbrede viden om tilbuddet til folkeskolerne.



Udsnit af feedback fra skolerne

- Vi har haft fornøjelsen af at have rollemodeller på besøg af to omgange, og begge gange har været særdeles udbytterige for os som undervisere og ikke mindst for eleverne på 8. årgang.
- Vi oplevede rollemodellerne være nærværende i lokalet, og de fangede eleverne med deres egne, personlige historier. Det var ekstra positivt at en af rollemodellerne havde prøvet at gå i gymnasiet før EUD og derefter valgte EUD-vejen. Dette overraskede eleverne.
Herligt at rollemodellerne var atypiske i forhold til deres køn og valg af uddannelse! Dette gav eleverne syn for sagen i forhold til deres egne stereotyper, da de var sikre på, at kokken var den kvindelige rollemodel mv.
- Ung til ung kontakten var rigtig god og eleverne lytter efter.
Det var også godt med en før efter måling i fht hvor mange, der ville overveje en EUD, ligesom Kahoot gav lidt konkurrence på den gode måde
- Jeg synes de begge var rollemodeller i ordets bedste forstand og gav et ægte, ærligt og spændende billede på, hvordan en ung i en erhvervsuddannelse kunne se ud. Det var præcis det, vi havde håbet på :)
- Vi havde en super god oplevelse af at have besøg af de to rollemodeller. De var gode til at fange elevernes opmærksomhed - og eleverne har helt sikkert fået endnu et indblik i uddannelsessystemet - og ikke mindst hvad det kan føre til.
Eleverne har også kun haft positivt at sige.
- Bliv endelig ved med det - jo mere virkelighed vi kan få ind i skolen - jo bedre!
- Det var et utroligt godt og engageret team, der var på besøg i vores tre 8. klasser.
Super god kampagne, der rammer plet!
- Vi afholder næste år ligeledes Fællesdagen på 8. årgang og håber igen at kunne benytte os af jeres rollemodeller til den tid, da jeg tænker, at det er et godt koncept, at folkeskoleelever møder unge, som er i gang med en erhvervsuddannelse.
- Efterfølgende har jeg kunne mærke på eleverne at det har sat tanker i gang.
Alt i alt nogle gode timer, som gør at arbejdet videre med at gøre eleverne valghvire bliver mere håndgribeligt og nærværende.
Stor ros til de unge mennesker, som havde mod på at fortælle om egne oplevelser og erfaringer
- De to unge mennesker var imødekommende og gode til at finde ud af, hvad der pt. interesserede eleverne, de skulle lave oplæg for.
I deres oplæg var de udadvendte og gode til at tale til flokken. Oplægget var afvekslende mellem slides og øvelser, der inddrog eleverne.
Det har en god effekt på eleverne, at det er unge mennesker, der fortæller om deres uddannelsesforløb.
Et godt koncept, som jeg gerne vil benytte mig af en anden gang.

- Vi havde besøg af to meget kompetente rollemodeller.
De fangede elevernes interesse meget fint og var i god dialog med de.
Indholdet var også givende for mig som lærer.
Et arrangement jeg varmt vil anbefale til andre.
- Vores to 8. klasser var meget begejstret (jeg også) Vi vil uden tvivl tage imod tilbuddet hvis det skulle komme igen!!
Det er skønt at eleverne har mulighed for at spørge og få et svar fra en ung. En som taler deres sprog og ved hvad eleverne tænker.
Vejledningen på skolerne er ofte rettet mod gymnasiale uddannelser. Og det er blevet en smult tabu at skulle på erhvervsuddannelserne. Bare i mine to 8. klasser siger man det ikke højt når vi snakker om hvad de skal efter 9. klasse.
Det var herligt at der blev åbnet for den dialog!!
Eleverne kunne se alle de gode ting der var ved erhvervsuddannelserne. De var meget nysgerrige og jeg er ikke i tvivl om, at det fremover bliver nemmere, at snakke med dem om deres fremtidige valg.
- Herfra kun positiv respons. Lærerne fik også en bredere indsigt i hvordan og hvorledes, så det var godt over hele linien.
- Absolut godt, hvor der også var tænkt på at aktivere de unge mennesker fysisk. Vi modtager gerne fremover jeres tilbud.
- Vi havde besøg af et par rigtig gode rollemodeller. Hver med sin spændende historie at fortælle. Og vidt forskellige erfaringer som fint supplerede hinanden. Eleverne tog godt imod dem og var lydhøre. For os lærere var besøget også rigtig godt - og vi fik meget med i bagagen som vi selv kan anvende i vejledningen af vores elever. Helt klart et projekt som bør fortsætte - vi er i parate til flere besøg i fremtiden.
- Det har givet genlyd, projektet. De unge mennesker der har haft besøg har snakket meget om det. Det har været meget succesfuldt og vi håber fortsat at kunne få besøg i 2017.