

Til

ESB-netværkets kontaktpersoner på

- SOSU-skoler
- Erhvervsskoler

August 2010

**Opsamling fra VTU-2010 præsentationsmøde den 26. august 2010 kl. 10.00 – 15.00  
på Syddansk Erhvervsskoles kursuscenter, Munkersvej 161, 5220 Odense SØ**

**kl. 10.00**

**Kaffe og velkomst v. Anette Halvgard (AH), ESB-netværket**

- AH bød velkommen til mødet – VTU er gennemført fire gange i ESB-netværkets regi. Desværre har kun 11 institutioner målt denne gang – men der er en formodning om, at institutionerne afventer ressourceregnskabet.

**kl. 10.10 -11.00**

**Præsentation af virksomhedstilfredshedsundersøgelsen 2010**

<sup>v</sup>/Morten Hvideland-Olsen (MHN), Ennova

MHN præsenterede VTU-2010 rapporten – nedenstående blev blandt andet nævnt:

- **Datagrundlaget**
  - 1800 svar ud af 6000 mulige – svarprocent på ca. 30 %
- **Hovedresultater**

Score:

  - Over 70 er en meget god vurdering
  - 60-69 middel til god vurdering
  - 50-59 lav til middel vurdering
  - Under 50 meget lav vurdering
  - Generel konklusion er, at der er stort potentiale for benchlearning i institutionerne imellem blandt andet i forhold til tilfredshed
  - Loyalitet – der er en svag nedadgående tendens
  - Virksomhedens størrelse afhænger af, hvor stor tilfredsheden er – det samme er kendetegnende i forhold til loyalitet.
  - Udfordringen består i at højne tilfredshed/loyalitet hos de helt små virksomheder og de helt store.
- **Indsatsområder**

Tilfredshed

  - Information, form og indhold: vurdering ligger i middelområdet ift. tilfredsheden – institutionerne er ganske gode på det punkt.
  - Eleven/læringen på arbejdspladsen: vurdering ligger i den høje ende af tilfredsheden
  - Sammenligning til 2008 og 2006 bør primært foregå på spørgsmålsni-

veau pga. modelændringer fra 2008 – 2010.

#### Betydning

- *Image* har fortsat den største **betydning** – herefter *information, form og indhold* og til sidst *eleven/lærlingen på arbejdspladsen*.
- *Synlighed i praktikperioden* ligger på et meget lavt niveau – det er her, der skal sættes fokus på.
- De virksomhedsrepræsentanter, der bruger institutionernes hjemmesider er ganske godt tilfredse – blot er det stadig størstedelen, der ikke bruger institutionernes hjemmeside.
- Eleven/lærlingen på arbejdspladsen – på nogle institutioner får eleven skole/praktikvejledning en gang om ugen, og der er fokus herpå.
- Der stilles også mål op for eleverne personlige kompetencer.

#### • **Opsummering**

- Fremgang fra 2006 – 2008 fastholdes, men der er fortsat plads til forbedringer
- Udfordringen består især i at højne tilfredsheden blandt repræsentanter fra de små virksomheder.
- Positiv sammenhæng mellem kontaktgraden og tilfredsheden.
- Vurdering af skolernes image - herunder særlig det at være på forkant med udviklingen, har størst betydning for tilfredshed og loyalitet
- Information, form og indhold har næststørst betydning / vurderes relativt lavt
  - Synlighed i praktikperioderne (besøg, telefonisk og orientering) og mere information om regler/formelle krav til den praktiske oplæring udgør to specifikke områder, som fortjener særlige opmærksomhed
  - Hjælp til papirarbejdet er et eksempel på et område som det (siden 2006) er lykkedes at forbedre!
- Stort potentiale for benchlearning skolerne imellem.

#### • **Input/forslag til videreudvikling af VTU**

- **"Synlig i praktikperioden"** blev drøftet, da det har en meget lav score – og der blev stillet forslag om at ændre spørgsmålet til:
  - "Er skolerne tilstrækkelig synlig i praktikperioden" eller også skal der specifikt spørges til praktikvejledernes synlighed.
- Spørgsmålene peger mange gange tilbage til én selv, og derfor svarer man nok mere positivt.
- **"Eleven lærlinge på arbejdspladsen"** - spørgsmålet kunne ændres til:
  - "Skolen ruste mine elever til at samarbejde" / "skolen støtter eleverne til at samarbejde"
- **"Image"** – hvis man går i dybden inden for bestemte branche- og ud-

- dannelsesretninger bliver begrebet "image" ofte meget mere nærværende – og der er en generel positiv imageopfattelse.
- Den generelle samfundsmæssige opfattelse af erhvervsuddannelser skal indtænkes i spørgeskemaet.
  - Der tegnes ofte et negativt billede af erhvervsuddannelserne i medierne.
- Virksomhederne skal have mulighed for at svare på spørgsmål om underviserne
    - Det er ikke underviserne, der har den direkte kontakt til praktikvirksomhederne – men praktikvejlederne.
  - Skolerne kan gå sammen og kigge på de skolespecifikke spørgsmål, der stilles for at bemarkere på dette område.
  - Benchlearning mellem private og offentlige virksomheder kunne være en idé.
  - I forhold til SOSU – skal der måske gennemføres fokusgruppeinterviews ved udvikling af ny VTU spørgeramme
  - Det er forskelligt hvilke tiltag institutionerne gør i forhold til undersøgelsens svarprocent? – Dataindsamlingsmetoden er meget forskellig.
    - Det skal overvejes, om det er hensigtsmæssigt at inddrage call-centre i VTU-undersøgelsen. En institution har meget gode erfaringer hermed. På den måde bliver konceptet ens for alle deltagende institutioner.
  - Kigge på problemstillingen med at nogle små virksomheder ikke bruger IT.

kl. 11.10 -11.30

### Hvilke forventninger og ønsker har praktikvirksomhederne til samarbejdet med erhvervsskolerne?

<sup>v</sup>/Konsulent Jesper Juul Sørensen (JJS), Dansk Byggeri

- Kvaliteten i uddannelserne skal kobles til kvalitet i brancherne og branchens produkter.
- Det er vigtigt, at virksomhederne opfatter institutionerne som videntcentre, hvor kompetencer og viden hele tiden udvikles.
- Fokus på erhvervsuddannelsernes omdømme, og der skal synlighed på forkonkurrencer til DM for hele institutionen – her er et indsatsområde.
- Virksomhederne forventer en styrkelse af kommunikationen mellem institution, virksomhed og lærling.
- Undervisningen skal være relevant og kompetent, ligesom undervisning og materialer skal være af høj kvalitet.
- Fokus på hjemmearbejde – ligesom i andre ungdomsuddannelser
- Uddannelsesplaner og logbog/uddannelseshåndbog skal anvendes systematisk i hele uddannelsen.
- Lærernes efteruddannelse skal styrkes – nytænkning og innovation skal prioriteres.

- **Virksomhedernes forventninger og ønsker**
  - Eleverne skal møde til den aftalte tid
    - Institutionerne og virksomhederne har et fælles ansvar for eleven. Det er holdningen blandt mange, at skoleopholdet er en slags "ferie" for eleverne.
  - Eleverne skal have gå-på-mod
  - Eleverne skal lære at lytte
  - Eleverne skal gøre, hvad der bliver sagt
- **Styrke den oplevede kvalitet i erhvervsuddannelserne**
  - Uddannelsesplaner og logbog/uddannelseshåndbog anvendes systematisk i hele uddannelsen
  - Afholde møde med virksomhederne
  - Fokus på skole, lærlinge og virksomhedssamtaler
  - Fokus på praktikuddannelsen i virksomheden – herunder virksomhedernes håndtering af lærlinge.
  - Institutionerne skal benytte kontakten med virksomhederne til at sælge efteruddannelse til virksomhederne
  - Institutionerne skal blive bedre til at fortælle om de gode historier og ikke kun om "svage elever og frafald", som udgør ca. 10 % - men tilbage resterer 90 % som gør det virkelig godt.
    - Det handler blot om en telefonsamtale – eller indkaldelse til forskellige arrangementer.
  - Hvis institutioner viser, hvad de er gode til, vil institutionernes image også stige.

kl. 11.30 – 12.00

#### Spørgsmål til og debat med Jesper Juul Sørensen

- Elevplan kunne være et redskab / IT-system som en fælles platform/forum imellem virksomheder/institutioner
  - Virksomhedernes opfattelse er, at Elevplan er for tungt at arbejde med. Det skal være enkelt og overskueligt.
  - Hotel og restaurantbranchen har lært at bruge Elevplan, og der er stor succes nogle steder med brugen.
  - Dansk Byggeri skal måske støtte mere op omkring, at det også er virksomhedernes ansvar at bruge IT i hverdagen. Som organisation kan Dansk Byggeri være med til, at mestrene påvirkes til at bruge IT herunder Elevplan.
  - De nye praktikvirksomheder, som er godkendt i år – er bedre til at bruge de digitale medier. Vi er måske i en overgangsfase.
- Det formelle redskab ml. virksomhed/institutioner er pt. Praktikplads+
- Logbogen kan også være et fremtidigt redskab til kommunikationen mellem virksomhederne og institutionerne.
- Kravene som stilles til elever/lærlinge er også krav, som kan stilles til virksomhederne.
- Tidspunktet for VTU-undersøgelsen skal måske flyttes til først på året, idet virksomhederne har travlt i det tidlige forår.
- Institutionerne foretager også interne benchmarkingundersøgelser, fordi re-

sultaterne er forskelligt fra afdeling til afdeling.

- Dansk Byggeri er glad for VTU- og ETU-tilfredshedsundersøgelserne.
- Brancheorganisationer opfordres til at gøre opmærksom på vigtigheden af, at virksomhederne deltager i VTU-undersøgelserne – måske på hjemmeside eller i nyhedsbreve.
- Det er vigtigt at kvalificere indkaldelsesbreve og information på institutionerne.
- Uddannelsesparathedsbegrebet – erhvervsskolerne skal være med til at bedømme uddannelsesparathed ved den enkelte elev, således at det ikke kun foregår i UU-vejledningen.
  - Det bliver folkeskolen som i sidste ende skal bedømme elevernes uddannelsesparathed.
  - Det er uddannelsesparathed generelt, der bedømmes og ikke om en elev er egnet til en bestemt uddannelse.
- Det er en god ide at tilknytte medierne i det lokale område – så de gode historier skrives og kommer ud lokalt.
- UVM oplever også at den lokale presse er "sulten" efter nyheder på lokalt plan.
- Der skal en holdningsændring til for at fokusere på gennemførelsesprocenterne i stedet for på frafaldsprocenterne.

kl. 13.00 -15.00

#### **Hvordan kan erhvervsskolerne konkret arbejde på, at leve op til praktikvirksomhedernes forventninger og ønsker til samarbejdet**

<sup>v</sup>/Morten Bisgaard, (MB) Ennova

- MB præsenterede eftermiddagens program
  - Oplæg til diskussion: Deltagerne opdeles i to grupper
  - Scenarie:
    - Hvordan ser resultaterne i 2012 ud? – resultatet er strålende - der er markant fremgang på virksomhedernes tilfredshed med samarbejdet med institutionerne og institutionernes image er væsentligt forbedret.. Kommunikation mellem virksomheder og institutioner er forbedret.
    - Deltagerne skal nu diskutere ovenstående ud fra nedenstående spilleregler:
      - Tag udgangspunkt i dig selv
      - Deltag aktivt
      - Fokuser på det, I kan gøre noget ved. Det I ikke kan gøre noget ved parkér det
      - Gør noget for fremtiden

### **Opsamling fra gruppedrøftelserne:**

(Nedenstående er de noter som blev opsamlet på mødet samt noter fra gruppernes "sekretærer")

#### **Hvad er det vi gør i den måde vi samarbejder med virksomhederne på, som er helt unik?**

- Bevidstgjort rollerne – hvad er virksomheden og skolens rolle
- Fremhæve nødvendigheden af hinanden
- Forventningsafstemning og tydeliggørelse af rolle
- Elevens læringsproces er den vigtigste – eleven er i fokus
- Skole/hjem samtale – er der specielle behov
- Meddelelssystem er fastlagt og oplysningerne er ajour
- Der er skabt tid og rum til besøg i praktikvirksomhederne
- Praktikvirksomhederne inviteres til besøg på skolen
- Der er skabt tillid og respekt til skolen og det er kun i fællesskab vi når målet
- Der er skabt tid og rum til at besøge eleverne i praktikvirksomheden
- Praktikvirksomhederne inviteres til deltagelse i skolerne arbejde
- Forpligtende information mellem skole og virksomhed
- Vi udnytter hinandens ressourcer, og praktikvirksomhederne inviteres med i relevante arbejdsgrupper
- Praktikum – en ny (teoretisk og praktisk) opgave udarbejdet af virksomhederne og skolen
  - Praktikum kan tænkes ind i alle uddannelser – rammerne er fastsat i uddannelsesordningen
  - Praktikum tager afsæt i en teoretisk problemstilling
    - <http://pub.uvm.dk/2005/praktikum/>
- Vi er gode til at formidle, hvad eleverne lærer på skolen
- Virksomhederne er gode til at respektere den merviden, eleverne kommer med – eksempelvis arbejdsmiljøloven
- Der er udarbejdet en kontaktbrochure både i papir og i elektronisk form
- Skolerne er gode til at formidle den gode historie.
- Events

#### **Hvad er det vi gør i den måde vi kommunikerer med virksomhederne på, som er helt unik?** Arbejdet organiseres og der lægges strategier ift. ressourcer og kompetencer

- Handlingsplan er udarbejdet -
  - Besøg i virksomhederne
  - Ud af huset mødet
  - Praktikplads +
  - Information i form af brev med praktiske oplysninger
  - Konkurrence "årets elevteam"
  - Møde med virksomheder – trepartsmøde – fokusgruppemøde
  - Forkonkurrencer til DM er igangsæt – og der er sponsoreret gevinster i form af rejser
- Nyhedsbreve som er brancherettede
- Den lokale presse / lokale journalist inviteres
- Praktikpladskonsulenter deltager i kursusforløb
- Forventningsafstemninger ift. uddannelsesaftaler
- Fokusgruppeinterview (forældre / elever / lærere)

- Takkekort er udsendt efter VTU-undersøgelsen er gennemført
- Konkurrence for at få kunderne til at bruge hjemmesiden
- Elevplan skal være et afgørende værktøj i kommunikationen mellem skole og virksomheder. Alt vedrørende eleverne ligger der. Ligeledes udmøntning af uddannelsesmål og uddannelsesplaner. Virksomhederne går ofte ind og kigger i Elevplan.
- Der afholdes informationsmøder om Elevplan for virksomhederne for at klæde dem på til at anvende værktøjet.
- Der foretages online fraværsregistrering i Elevplan, hvilket skaber aktualitet for virksomhederne.
- Faglærere frikøbes til virksomhedskontakt/-besøg.
- Der sendes brev ud til virksomhederne ved afslutning af en skoleperiode på hovedforløb med tilbud om at virksomheden kan kontakte skolen, hvis der er behov for info vedr. lærlingen og info om lærlingens næste skoleperiode
- Der indføres selvstyrende teams – og en rolle i teamet er at være ansvarlig for virksomhedskontakten – at være temaets ”virksomhedskonsulent”.
- Der afholdes et kursusforløb for ”virksomhedskonsulenterne” for at kompetenceudvikle dem til funktionen/opgaven. Der kan evt. søges støtte til dette fra kompetencefonden.
- Hvis der sidder praktikanter i stabsfunktioner, som salg og/eller vejledning, skal disse samles og opgaverne integreres, så de kan varetage al virksomhedskontakten.
- Der skal etableres én indgang for virksomhederne til skolen – dvs. at virksomheden har én kontaktperson, som de kan kontakte om alt (kontaktpersonen kan evt. hjælpe vedkommende videre til andre, hvis nødvendigt).
- Skolerne skal i højere grad bistå virksomhederne i udvælgelse af elever. Der gøres et arbejde for at matche elev og virksomhed. Virksomheden tilbydes færre elever, der til gengæld på forhånd vurderes at opfylde virksomhedernes ønsker/behov.
- Der skal være fokus på at fortælle de gode historier både i den lokale presse og i direkte nyhedsbreve til virksomhederne. Historierne skal fremhæve både elever og praktikpladser.
- Der ansættes en journalist til at opsøge og formidle de gode historier på hjemmesiden og ”servere”. Journalisten arrangerer desuden events, hvor eleverne formidler deres succesfulde kunnen for virksomheder og andre.
- I skole/elev/virksomheds samtaler fokuseres der på elevernes styrker (frem for eventuelle mangler).
- For at højne brugen af skolens hjemmeside udloddes en præmie (fx en tur til Paris) for dem, der går ind på hjemmesiden.
- Hjemmesiden er brugervenlig, overskuelig og hele tiden opdateret med relevant information og med nyheder/gode historier.
- Der lægges videoklip ind på hjemmesiden for alle uddannelser, hvor en elev fortæller om sit udbytte af uddannelsen.
- Der afholdes fokusgruppeinterviews med forskellige kundegrupper (virksomheder, elever, forældre, folkeskoler/UU-vejledere) for at afdække deres behov for information på hjemmesiden.
- Gennem partnerskabsaftaler med virksomhederne afstemmes forventningerne til hinanden.
- Der arbejdes for at skabe mulighed for større faglig identitet allerede på grundforløbene gennem større virksomhedskontakt og praktikforløb indlagt i grunduddannelserne.
- For også at sikre fokus på de stærke elever bør UVM ”belønne”, når skolerne opnår særligt flotte faglige resultater, fx for antallet af medaljer.
- Der bør arbejdes for, at flere lærlinge tager en videregående uddannelse som overbygning på sin EUD uddannelse.
- Der skal arbejdes for at gøre EUX til en succes.
- Karriereveje med EUD som udgangspunkt skal synliggøres – fx ved at vise rollemodeller: Hvordan andre har gjort, og hvad det har ført til. Den gode historie: ”Alle har en chance for at blive til noget”.
- I stedet for at se eleverne som kunder og undervisning som varen, bør skolerne se virksomhederne som kunder, eleverne som en vare, der skal ”sælges” til virksomhederne, og undervisningen som en del af det produktionsapparat, der former varen. Det giver et andet strategisk fokus på virksomhedernes betydning.

- Virksomhedskontakten skal prioriteres strategisk, og der skal udarbejdes en strategi herfor.
  - Uddannelsesaftalerne bør ses som en juridisk bindende aftale mellem elev og virksomhed (som et lånedokument med banken). Skolen er 'blot' leverandør af viden og know how, som støtter parterne i at nå deres fælles mål.
  - Programmet Praktikplads+ bør bruges til systematisering og dokumentation for det praktikpladsopsøgende arbejde.
  - Virksomhedskonsulenterne skal involveres/tænkes med i 3-parts-samtalerne (skole, elev, virksomhed) – evt. blot til at tage imod virksomheden og have en kort snak.
  - Virksomhedsbesøg skal prioriteres. Alle elever bør få besøg af skolen, mens de er i praktik.
  - Virksomhederne skal inviteres til at komme ind og se, hvad deres elever kan præstere.
- 
- Der arbejdes med elev-team-konkurrencer i en skoleperiode. Eleverne arbejder sammen to og to. Virksomhederne kommer ind på skolen og er 'dommere'. Det bedste elevteam vinder en præmie (fx en rejse eller et lækkert redskab/værktøj).
  - Der arbejdes med 'praktikum' i en skoleperiode: en opgave der er stillet af virksomheden, fx en teoretisk opgave om en praktisk opgave, der er løst i praktikken. (Se pjece fra UVM).
  - Efter deltagelse i VTU udsendes der et lækkert trykt takkekort som opfølgning med markering af, hvilke handlinger der iværksættes.
  - Virksomhederne kan inviteres med i arbejdsgrupper på skolen.

*"Et spørgeskema ændrer i sig selv intet – men det er først ved handling og opfølgning, der sker forandringer!"*

Referent:  
Lajla Pedersen  
ESB-sekretariatet  
31. august 2010