

Praktikpladsundersøgelse

**Adfærdsanalyse af praktikpladser ved
3.395 elever optaget direkte på grundforløb 2 og
4.095 virksomheder godkendt til at have lærlinge/elever.**

Rapport januar - september 2020

Ved Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier.
I samarbejde med 32 erhvervsskoler i Danmark.

Forord

Lars Kunov

Praktikpladser skal der til

Med en erhvervsuddannelse har eleverne valgt en praktisk uddannelse, hvor tiden i virksomhederne fylder mest. Forudsætningen for at gennemføre en erhvervsuddannelse er samtidig en praktikplads – elev- eller læreplads, som en række fag foretrækker at kalde det. Desværre fylder efterspørgslen på praktikpladser til tider rigelig negativt i den offentlige debat. Derfor er det både forståeligt og naturligt, at elever som begynder på en erhvervsuddannelse har stor opmærksomhed på praktikmulighederne.

Derfor ønsker vi at blive klogere på virksomhedernes behov, elevernes forventninger og fællesnævnerne heri. Knap 3.500 elever, der i januar 2020 startede direkte på grundforløb 2 på en erhvervsuddannelse indgår derfor i første del af det såkaldte GF2-projekt 2020, som Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier og 32 medlemsskoler er i fuld gang med. De fleste deltagere i undersøgelsen er over 18 år, og det spiller tydeligvis en central rolle for dem, at de før starten på uddannelsen ved, at de har gode chancer for en praktikplads og efterfølgende fine beskæftigelsesmuligheder.

Virksomheders perspektiver på at uddanne lærlinge

Derfor har vi valgt at supplere analyserne af GF2-elevernes oplevelser med denne analyse af virksomhedernes holdning til at tage lærlinge og elever. Hvorfor uddanner virksomhederne, hvilke forventninger har de til, hvad lærlingene kan bidrage med, og hvad lægger de særligt vægt på hos dem? Godt 50.000 virksomheder, der er godkendt som praktikpladser, er blevet spurgt, og godt 4.000 af dem har besvaret spørgeskemaet. En del af dem er interviewet efterfølgende. Nogle af de adspurgte har ikke lærlinge for øjeblikket, og det er også vigtigt at høre hvorfor.

Uden at foregribe hele analysens resultater kan jeg godt afsløre, at virksomhederne fremhæver 'mødestabil' og 'samarbejdsvillig' som de vigtigste egenskaber, mens 'hurtighed' og 'kendskab til faget' er blandt de mindst vigtige.

Analysens resultater er vigtig og nyttig viden i det fortsatte arbejde med at koble potentielle og nuværende elevers ønsker med virksomhedernes forventninger og behov. Det er afgørende for at sikre den faglærte arbejdskraft, som det danske samfund skal leve videre på i fremtiden.

Lars Kunov

Direktør for Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier

Executive summary

Denne rapport undersøger **praktikpladser set ud fra et virksomhedsperspektiv og et elevperspektiv**. Gennem en sociologisk **adfærdsanalyse** opnås en grundlæggende forståelse for, hvad der motiverer virksomheder til at tage lærlinge/elever, hvad der afholder dem fra det, samt hvordan de oplever praktikpladssystemet. Endvidere gives der indsigt i elevernes forventninger til en praktikplads, ansøgningsstrategier samt hvilken værdi de tillægger praktikpladser, job, skole og skolepraktik. Der sikres både brede og dybde i undersøgelsen gennem en kvantitativ og kvalitativ analyse. **I alt rummer undersøgelsen data fra 7.490 informanter**. Der er indsamlet data fra 4.095 virksomheder og 3.395 elever.

Overordnet set rummer rapporten fire sektioner, der tilsammen giver unikke indsigter i temaet om praktikpladser:



Praktikpladser set fra virksomhedsperspektiv

Undersøgelsen opridser mønstre, der viser, at virksomhedernes højest opnåelige formål med at have lærlinge/elever, er at kunne **betragte vedkommende som en egentlig ressource i virksomheden**. Vigtigst af alt er det, at lærlingen/eleven lever op til de væsentligste værdier, som virksomhederne forventer af medarbejdere generelt set. Dette er værdier som **mødestabilitet, arbejdsomhed** og **samarbejdsvillighed**, der er almindelige dyder, som kan bruges i et hvilket som helst job. Værdier som skal tillæres gennem grundskolerne og elevernes opvækst i familien, men som skal **håndhæves af erhvervsskolerne**.

Undersøgelsen peger endvidere på vigtige **praktiske kriterier**, der skal være på plads, før virksomhederne overvejer at ansætte lærlinge/elever. Dette er blandt andet, at der er en **tilstrækkelig mængde opgaver, samt at virksomheden har nok ansatte til at rumme en lærling/elev**. Ydermere viser analysen, at **økonomi spiller en relativt lille rolle** i overvejelserne om lærlinge/elever i virksomheden.

Analysen viser også, at virksomhederne er tilbøjelige til at ansætte lærlinge/elever på baggrund af særlige ansøgningsmetoder. Her er de **aktive søgemetoder særligt effektive strategier** til at få en lære/elevplads. Eksempelvis er virksomhederne mest tilbøjelige til at ansætte, hvis eleven **søger personligt** eller hvis **virksomheden kender eleven på forhånd eller gennem sit netværk**. Den generelle opfattelse hos virksomhederne er, at lærlinge/elever kan komme med **et frisk pust til virksomheden og udfordre 'plejer'**. Samtidig viser analysen, at virksomhederne betragter det som et **samfundsansvar** at uddanne fremtidig arbejdskraft til branchen.

Det fremgår endvidere af undersøgelsen, at virksomhederne forventer, at **skolerne er virksomhedsorienterede** og har **forståelse for virksomhedernes behov**. I forlængelse heraf forventer virksomhederne, at skolerne klæder eleverne på til arbejdet i virksomheden og lærer dem de væsentlige værdier som mødestabilitet og arbejdsomhed. Samtidig forventer virksomhedsinformanterne i nærværende undersøgelsen, at **skolerne hjælper med at finde den rigtige lærling/elev, samt hjælper med det administrative i forbindelse med indgåelse af en uddannelsesaftale**. Helt centralt står det, at virksomhederne overordnet set er **tilfredse** med samarbejdet med skolerne. Dog er der en lang række ønsker fra virksomheden, der trækker erhvervsskolerne i en mere virksomhedsorienteret retning. **Eksempelvis gennem skoledage, skoleophold og ansættelsesforhold der stemmer mere overens med hverdagen i virksomhederne og erhvervslivet.**

Praktikpladser set fra elevperspektiv

I undersøgelsen opridses mønstre i elevernes identifikation med praktikpladsen. Eleverne **vælger ikke skolen på baggrund af omdømme, men snarere på baggrund af praktiske kriterier**. Først og fremmest beslutter eleverne, hvilken hverdag de ønsker sig. Dermed træffes valget ud fra det job, man ønsker for fremtiden. Herefter træffes valget om uddannelse, som kan føre til det ønskede job, og først her ud fra træffes valget om hvilken skole der kan give uddannelsen. Skolen vælges oftest ud fra nærmeste **beliggenhed**. **I forlængelse heraf er det heller ikke skolen, eleverne stræber efter at identificere sig med**. Det handler snarere om en **identifikation med faget**, som i følge informanterne kun kan **opnås tilstrækkeligt gennem en praktikplads**.

Analysen peger på sammenhænge mellem de ansøgningsstrategier, som eleverne ved uddannelsesstarten forventer at benytte for at få en praktikplads. Her tydeliggør tendenser i hvem, der tidligt i forløbet har en læreplads og disse elevers søgestrategier. Her viser det sig, at de **aktive og målrettede ansøgningsstrategier er dem, der giver det bedste afkast**. Gennem analysen fremkommer det også, at **de elever, der har en praktikplads ved uddannelsesstart generelt har en berøringsflade, der rækker ind over arbejdsmarkedet og erhvervslivet**. Det viser sig nemlig at for at få en praktikplads, er det en fordel at have **job i sin fritid** under uddannelsen eller **have arbejdet uflaglært det seneste år**. Samtidig er en relativt stor andel af dem, der tidligt har en praktikplads, **hjemmeboende**.

Af undersøgelsen fremkommer det også, at eleverne anser **praktikpladsen som et afgørende sted for at til opnå faglig udvikling**. Samtidig er det stedet, hvor eleverne føler, de kan blive anerkendt som en del af det faglige fællesskab, og for alvor bidrage med noget inden for faget. **Det fremkommer af analysen, at eleverne måler deres succes i virksomhedernes anerkendelse**.

Gennem nærværende analyse står det også klart at elevernes **identifikation** med faget opnås i en virksomhed og **ikke kan opnås gennem skolepraktikken**. Der er en udpræget tendens til at opfatte skolepraktikken som noget, man ønsker at tage afstand fra. Dette afspejler den gængse opfattelse i og med, at eleverne er interviewet og adspurgt, inden de selv potentielt starter i skolepraktikken. Det er altså deres opfattelse af skolepraktikkens omdømme. **Opfattelsen er, at skolepraktikken er en strukturel blindgyde, hvor dårlig læring og ringe indtægt gør det umuligt at komme videre**. Forventningen er særligt, at den negative opfattelse bidrager til at regenerere dette.

Komparativ adfærdsanalyse - virksomhed, elev og skole

I undersøgelsens komparative analysesektion sammenholdes adfærd og oplevelser fra henholdsvis elever og virksomheder. Dette sammenholdes også med informanternes oplevelse af skolernes adfærd og hele praktikpladssystemet.

Analysen viser, at kvinder og unge under 25 år i høj grad forventer at benytte de mere passive ansøgningsstrategier som Praktikpladsen.dk og de sociale medier. Sammenholdes denne målgruppes adfærd med virksomhedernes, så kan forklaringen på **målgruppens manglende tendens til at have en praktikplads** ved uddannelsesstart, muligvis findes heri. **Virksomhedernes foretrukne ansøgningsmetoder fra kommende lærlinge/elever stemmer nemlig ikke overens med de metoder kvinderne og de unge under 25 år forventer at benytte.**

Gennem nærværende undersøgelse tydeliggøres **overensstemmelsen mellem virksomheders og elevers forventninger til, hvad eleven skal bidrage med i virksomheden.** Begge parter forventer, at lærlinge/elever kan inspirere til **udvikling** i virksomheden. Samtidig forventes det, at lærlinge/elever også skal være klar til at lære og få inspiration fra virksomheden. Både virksomheder og elever er overbevist om, at den optimale læring sker gennem en **praktikplads. At eleverne først her kan blive færdiguddannet med en vis faglig stolthed.**

Den komparative adfærdsanalyse peger endvidere på elevernes **forudindtagede** holdning til den **elevtype**, der er i skolepraktikken. En holdning der afspejler gængse fordomme om skolepraktikken. **Disse dominerende fortællinger støder sammen med virksomhedernes forventninger til, at lærlinge/elver skal have lyst til at lære og lyst til at arbejde.** Derfor manifesteres tankegangen **'en gang skolepraktik, altid skolepraktik'** også hos både virksomheder og elever. Virksomhederne finder heller ikke elever fra skolepraktikken attraktive, men hvis **skolen formår at matche den rigtige elev**, så er virksomhederne tilbøjelige til at kunne overbevises til at tage elever fra skolepraktikken.

Der er en fælles forståelse for, at lærlinge/elever skal indtage en bestemt position i virksomhedens interne opbygning og hierarki. **Det er dog ikke altid, at virksomhederne oplever at eleverne forstår, hvordan de skal gebærde sig og indtage denne forventede position i virksomheden,** trods eleverne tror, de selv ved, hvad der skal til. I forlængelse heraf forventer både elever og virksomheder, at der skal **gøres op med gamle fastgroede forestillinger om interne hierarkier,** hvor lærlinge/elever laver alle de uinteressante opgaver. Denne fælles intention **udfordres** dog, fordi virksomhedernes oplevelse er, at lærlinge/elever ofte mangler villighed til at betragte sig selv som lærende. **Derfor er der ikke overensstemmelse mellem, hvordan opgavefordelingen i virksomheden rent praktisk gøres mere jævnbyrdigt.**

Slutteligt viser undersøgelsen, at der er **uoverensstemmelser mellem den måde praktikpladser omtales på.** Systemets brug af ordet 'praktikpladser' stemmer ikke overens med virksomheder og elevers brug af lærepladser og elevpladser. Dette skaber en skævvridning, idet **meget af den faglige stolthed ligger i påklædning, artefakter og begreber/betegnelser.** Derfor skaber det forvirring og bidrager, til at den faglige stolthed inden for de respektive fag falmer over tid, fordi der ligger **identitet i at være lærling eller elev eller at have en læreplads eller elevplads.**

Baggrund

Som en del af en **landsdækkende adfærdsanalyse af uddannelsesvalg ved grundforløb 2** (herafter GF2) elever, ønskes det undersøgt, hvilken rolle praktikpladser spiller hos både elever og virksomheder. Derfor giver denne delundersøgelse indsigt i **elevernes forståelse af praktikpladser samt virksomhedernes opfattelse af samme**.

Undersøgelsens målgruppe er **elever, der er optaget direkte på GF2 med opstart i januar 2020 og virksomheder, der er godkendt til at have lærlinge inden for 16 nøje udvalgte uddannelser**. Undersøgelsen har karakter af en **sociologisk adfærdsanalyse**, hvor både kvantitativ og kvalitativ data inddrages. Dette giver en dybdegående forståelse af det felt, der ønskes undersøgt.

Praktikpladser optager erhvervsskolerne i udpræget grad, fordi det rækker ind i **erhvervsskolernes eksistensgrundlag** og bekræfter vigtigheden af at være **erhvervsorienteret**. Derfor er det et essentielt tema, der er relevant at betragte fra flere perspektiver. Både i **tiltrækning, fastholdelse** og **færdiggørelse** af elever på erhvervsskolerne, spiller praktikpladser en central rolle. Derfor er det vigtigt at få viden omkring positioneringen af praktikpladser i hele sektoren.

Mønstre og tendenser i målgruppens syn på og erfaringer med praktikpladser er undersøgt gennem en stor kvantitativ og en kvalitativ undersøgelse.

Denne rapport kredser udelukkende om **praktikpladser**. I august 2020 publicerede Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier en delrapport med en adfærdsanalyse af uddannelsesvalg for de elever, der blev optaget direkte på GF2 i januar 2020. Data fra augustoptaget inddrages i den samlede rapport, der udkommer primo 2021.

Rapporten er en samlet analyse af en stor datamængde, der er indsamlet fra januar til august 2020. **Formålet er at afdække elever og virksomheders perspektiv for at skabe forståelse for, hvordan skolerne kan optimere arbejdet med praktikpladser i samarbejde med virksomhederne.**

Indhold

Kapitel 1

**Undersøgelsens
formål og metode**

5

Sektion 1

Praktikpladser set fra virksomhedsperspektiv

Kapitel 2

**Den gode lærling/
elev**

16

Kapitel 3

Vi beslutter os

22

Kapitel 4

**Skolens centrale
positionering**

28

Sektion 3

Komparativ adfærdsanalyse

**Virksomhed, elev
og skole**

68

Sektion 2

Praktikpladser set fra elevperspektiv

Kapitel 5

Min skole

38

Kapitel 6

Min praktikplads

44

Kapitel 7

Mit fag

53

Kapitel 8

**Mit bidrag til
virksomheden**

57

Kapitel 9

**Min opfattelse af
skolepraktikken**

62

Bilagsrapport

Kvantitative rådata

**Kvantitative
rådata fra
virksomheds-
undersøgelsen**

3

**Kvantitative
rådata fra
elev-
undersøgelsen**

23



Kapitel 1

Undersøgelsens formål og metode

I november 2019 indgik Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier et samarbejde med 32 erhvervsskoler i Danmark. Ønsket var at få et øget kendskab til målgruppen af elever, der er optaget direkte på grundforløb 2 på en erhvervsuddannelse. Undersøgelsen beskæftiger sig ikke med elever, der har gået på grundforløb 1 inden optaget på grundforløb 2. Samtidig var ønsket at få indsigt i elevernes opfattelse af praktikpladser, samt virksomhedernes syn på og erfaring med praktikpladser. Derfor er der foretaget en sociologisk adfærdsanalyse.

Formål

Helt overordnet har denne undersøgelse til hensigt at belyse temaet omkring praktikpladser fra flere vinkler, for at give et dybdegående kendskab til virksomheder og elevers adfærd og behov. Dette er undersøgt med afsæt i de tre nedenstående fokuspunkter:

Virksomhedernes
oplevelse af
lærlinge/elever

Virksomhedernes
erfaringer med
lærlinge/elever

Elevernes
oplevelse af
praktikpladser

Herunder er formålet at afsøge både **elevernes** og **virksomhedernes** oplevelse for blandt andet at få en grundlæggende forståelse for, hvad der motiverer virksomheder til at tage lærlinge/elever, eller hvad der afholder dem fra det.

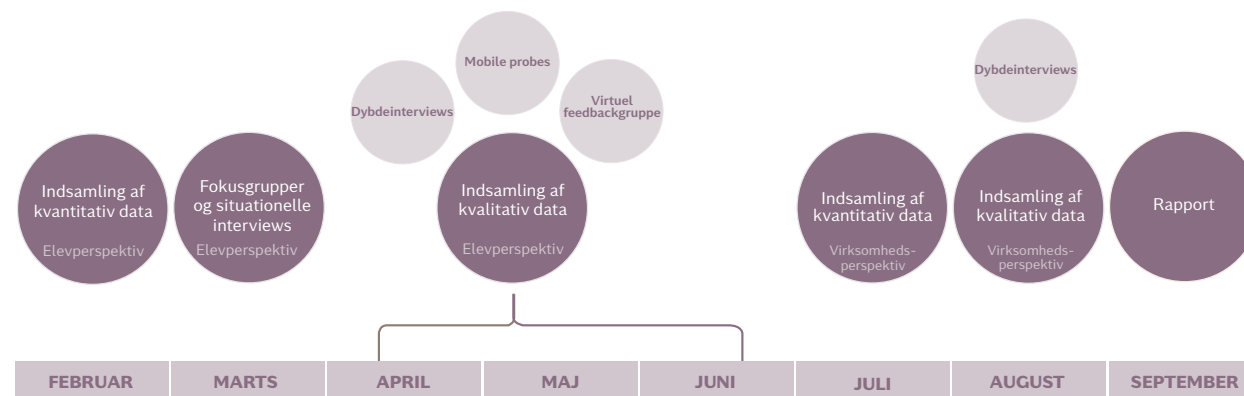
Metode

Rent metodisk tager undersøgelsen afsæt i både **kvantitativ** og **kvalitativ** metode. Helt grundlæggende er det vanskeligt for mennesket, at sætte præcise ord på det vi gør. Ofte er der en forskel i det vi **gør**, og det vi **siger, vi gør**. Dette kan også adskille sig fra, hvad vi **siger til nogen**, og hvad vi **siger til andre**, eller hvad vi egentlig føler og mener. Således er skolens indtryk af elevernes og virksomhedernes tanker, glæder, bekymringer og erfaringer ikke nødvendigvis det samme, som de reelle tanker om praktikpladser og det der knytter sig her til. Nærværende undersøgelse åbner op for denne dikotomi og søger at **sætte fokus på tingenes sammenhæng og substantielle betydninger**.

Derfor er det relevant at undersøge tematiseringerne omkring praktikpladser fra flere forskellige vinkler og gennem flere metoder. Dette er afgørende for at skabe en **dybdegående indsigt for at forstå, hvordan eleverne betragter praktikpladser, og hvad der motiverer eller afholder virksomhederne fra at tage lærlinge/elever**.

Analysens faser

Nedenstående figur giver overblik over processen for undersøgelsen, der er gennemført fra februar til september 2020. Hvert enkelt element i tidsplanen bliver beskrevet dybdegående på de efterfølgende sider.



Undersøgelsen kigger ind under **huden på eleverne** og ind i **hjertet af virksomhederne**, hvor dybdegående og personlige fortællinger understøtter tællelig viden om adfærd. Undersøgelsen afspejler **ikke systemtænkning** eller systemernes reelle opbygning, men eleverne og virksomhedernes **oplevelse**. Derfor er gængse betegnelser indenfor erhvervsskolesektoren heller ikke anvendt, med mindre det er begreber, systemer og betegnelser, som informanterne selv bruger.

Undersøgellesdesign

I det følgende opridses det undersøgelsesdesign der ligger til grund for nærværende rapport. Dette giver indblik i de **arbejdsspørgsmål som dataindsamlingen og analysen tager afsæt i**. Undersøgelsesdesignet består af flere dele, der tilsammen giver et stærkt datagrundlag. Indblik i undersøgelsesdesignet er opdelt i to overskrifter:

- Praktikpladser set med **virksomhedernes** øjne.
- Praktikpladser set med **elevernes** øjne.

Praktikpladser set med virksomhedernes øjne

Overordnet set, tager undersøgelsen afsæt i nedenstående **arbejdsspørgsmål**, for den del der søger at blive klogere på virksomhedernes perspektiv:



Det er med afsæt i disse spørgsmål, at undersøgelsesdesignet har sit ophav. Der vil ikke være en fortløbende besvarelse af spørgsmålene. De skal snarere betragtes som arbejdsspørgsmål, som undersøgelsen søger at **udforske og finde svar på mere overordnet set**.

Survey

Når der ønskes indsigt i en stor målgruppe, er det givtigt at indsamle data ved hjælp af survey. Derfor er en stor mængde data indsamlet gennem et elektronisk spørgeskema. **Spørgeskemaet er sendt ud til 51.989 virksomheder, trukket fra CVR-registeret, der er godkendt til at have lærlinge/elever.**

Når kvantitativ data kombineres med kvalitativ data, opnåes der indsigter i målgruppens oplevelser og praksisser, der både rummer indsigter i dybden og i bredden. Her giver kvantitativ data indsigten i **bredden**, mens der i det kommende afsnit vil redegøres for, hvordan der er opnået indsigt i **dybden** gennem kvalitativ data. Det vil sige, at kvantitativ data kan besvare spørgsmål omkring:

- Hvad
- Hvornår
- Hvem
- Hvor
- Hvor meget

Dybdeinterviews

En væsentlig del af undersøgelsesdesignet, der sikrer dybde i data, er dybdeinterviews foretaget over telefon. Denne dataindsamlingsmetode skaber data, der kan **forklare** nogle af de indsigter, der er opnået gennem surveyen. Denne type data kan udbygge de kvantitative data og give indsigt i blandt andet:

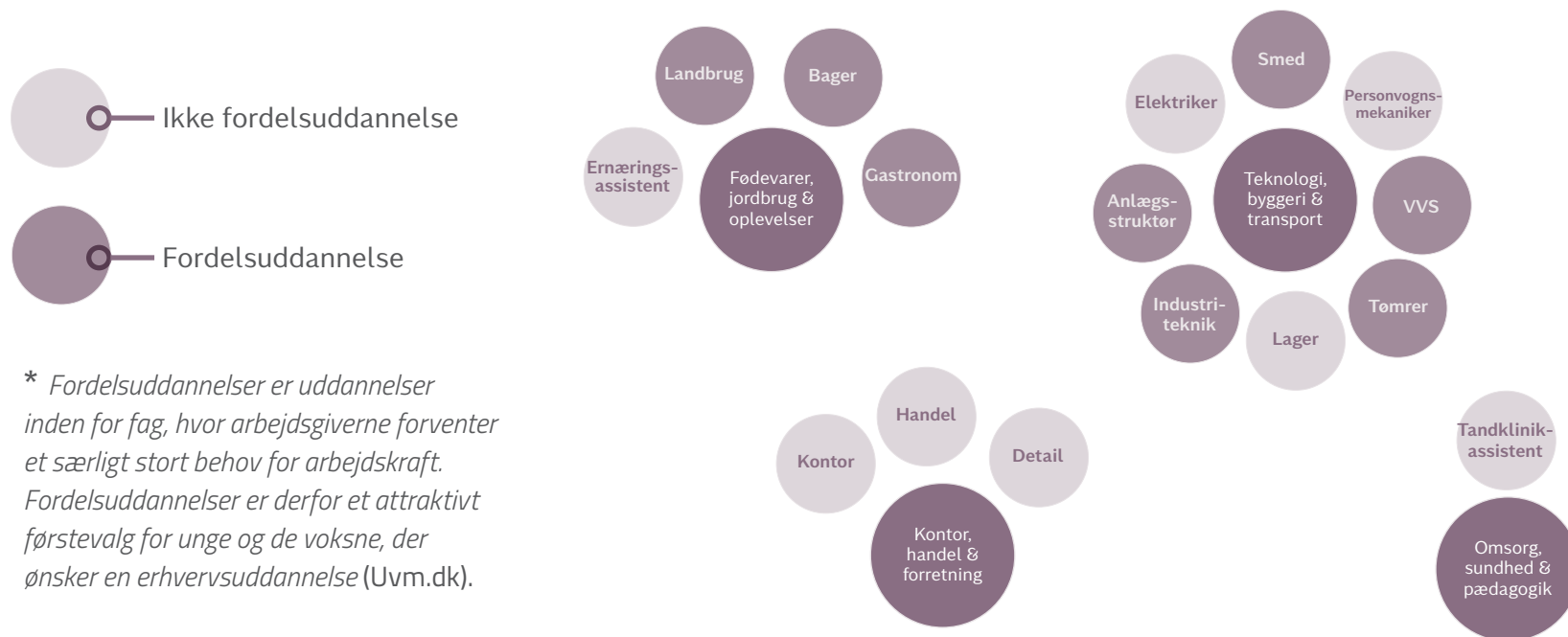
- Hvorfor
- Hvordan

Kvalitativ data kigger ind bag overfladen og skaber grobund for at få hele historien fra informant-en selv. Således identificeres også **sammenhænge** i oplevelser, meninger og erfaringer. Derfor er data fra **dybdeinterviews gode til at søge forklaringer på de fakta, der findes i den kvantitative data**. Telefoninterviews giver en unik mulighed for at få indsigt i en bred vifte af virksomheder rundt omkring i hele landet.

Virksomhederne har ofte travlt, og derfor har det været essentielt at have mulighed for at fange disse, hvor og hvornår, det passer dem. Eksempelvis på vej i bilen eller på farten hvor de kunne give sig tid til cirka 20 minutters interview. Virksomheder til **dybdegående telefoninterviews er udvalgt ud fra to kriterier:**



Virksomhederne er udvalgt ud fra kriterier, der af styregruppen vurderedes at være **repræsentativt for det samlede fagudbud på alle deltagende skoler**. Nogle af de udvalgte uddannelser er fordelsuddannelser*. De **16 uddannelser** er:

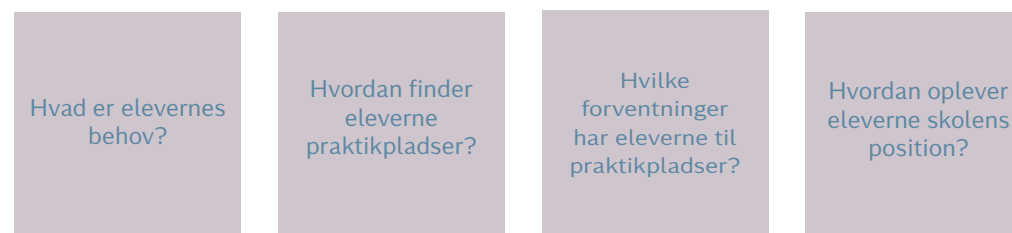


* *Fordelsuddannelser er uddannelser inden for fag, hvor arbejdsgiverne forventer et særligt stort behov for arbejdskraft. Fordelsuddannelser er derfor et attraktivt førstevalg for unge og de voksne, der ønsker en erhvervsuddannelse (Uvm.dk).*

Praktikpladser set med elevernes øjne

Data, der giver indsigt i elevernes perspektiv, er genereret med afsæt i omtrent **samme undersøgelsesdesign** som data på virksomhedsniveau. Nogle dele af undersøgelsesdesignet for elevniveau, er det samme, som gør sig gældende for undersøgelsesdesignet på virksomhedsniveauet, som beskrevet i det foregående. Derfor vil nogle dele kræve mindre forklaring i det følgende. Det er **ikke** ensbetydende med at data er af ringere kvalitet. **Validiteten er sikret og konstant søgt optimeret** i al data, der indgår i undersøgelsen. Data for elevperspektivet er **indsamlet i forbindelse med forårets del af den samlede GF2 adfærdsanalyse** (af GF2 elever der er optaget direkte på GF2 og ikke har gået på GF1). Delrapporten publiceret august 2020 behandler data, der berør valg af uddannelse, og nærværende rapport orienterer sig mod den del af data, der berører praktikpladser.

Overordnet set tager undersøgelsens **elevdel** afsæt i nedenstående **arbejdsspørgsmål**:



Der gives **ikke** svar på spørgsmålene direkte i samme rækkefølge som de her er præsenteret. **Spørgsmålene skal forstås som arbejdsspørgsmål, der er undersøgelsens fundament.**

Dybdeinterviews

Der er foretaget dybdeinterviews via telefon med elever **på tværs af skoler og uddannelser**. Det efterstræbes at få så mange facetter som muligt med i interviewene. Derfor er der udført så lange og dybdegående interviews som muligt. Den typiske varighed af elevinterviews er 50 minutter. Informanter til telefoninterviews er rekrutteret gennem de skoler, der har haft mulighed for at skabe telefonisk kontakt til elever på den pågældende skole.

Mobile probes

Et korps af elever har leveret data via kontakt på sms. Der er løbende sendt spørgsmål og småopgaver, således at data leveres som en form for **dagbog**. Informanter til mobile probes er rekrutteret på samme vis som til dybdeinterviews. Nogle informanter har både deltaget i dybdeinterviews og mobile probes.

Virtuel sparringsgruppe

En gruppe oprettet på Facebook særligt til projektet. Her er der løbende stillet **spørgsmål, hypoteser, refleksions- og diskussionsemner**. Facebookgruppens medlemmer består af informanter, der har deltaget i undersøgelsen på anden vis.

Repræsentativitet

Informanter i elevdelen af undersøgelsen repræsenterer et **bredt udsnit** af de erhvervsuddannelser, der udbydes på de 32 deltagende skoler. **Der er taget højde for, at data fra de respektive uddannelser vægter ligeligt, set i forhold til antallet af deltagende informanter fra hver uddannelse.**

*Deltagere i kvantitative undersøgelser benævnes som oftest: **respondenter**, mens deltagere i kvalitative undersøgelser benævnes: **informanter**. For overskuelighedens skyld, og idet nærværende undersøgelse indeholder både kvantitativ og kvalitativ data, benævnes alle deltagere enten **informanter, virksomheder, elever eller lærlinge/elever**.*

Datagrundlag

Analyserne i nærværende undersøgelse bygger på et **stærkt datagrundlag**. I alt rummer undersøgelsen data fra **7.491** informanter. Dette store datagrundlag er med til at sikre repræsentativitet og validitet. Også set i forhold til det alsidige undersøgelsesdesign, der sikrer at arbejdsspørgsmål og problemstillinger undersøges fra mange forskellige vinkler, og hvor flere forskellige aktører inddrages. Data fordeler sig således:



Datagrundlaget for elevperspektivet kan umiddelbart synes større. Sådan forholder det sig dog ikke. Antallet af informanter er højere, da data er trukket ud af den store samlede GF2 undersøgelse, der løber henover hele år 2020. Praktikpladsundersøgelsen skal betragtes som et tillæg til den samlede undersøgelse. Derfor er færre virksomheder adspurgt, men **dybden i data, der omhandler praktikpladser** er større på de 34 interviews end på de 111 interviews for elevperspektivet. Dette fordi den kvalitative data for elevperspektivet også omhandler en række andre temaer. Endvidere har den udførte virksomhedssurvey en tællelig og en ikke-tællelig del. Det vil sige, at dele af data fra surveyen behandles som kvalitativ data, hvilket også højner mængden af data for virksomhedsperspektivet. **Derfor svarer mængden af data og dybdegående information for virksomhedsperspektivet til data for elevperspektivet.**

Tre sektioner - 12 analysetematiseringer

Denne rapport er opdelt i tre overordnede sektioner, der fokuserer på henholdsvis virksomheder-nes perspektiv, elevernes perspektiv samt en komparativ sektion, der sammenholder og diskuterer analysefund fra elevernes adfærd, og oplevelser med virksomhedernes adfærd og oplevelser. Der medfølger endvidere en bilagsrapport med præsentation af undersøgelsens kvantitative rådata. Disse tre sektioner er hver opdelt i temaer. Herunder fremgår overordnede tematiseringer for hver sektion:

Virksomhedsperspektivet



Elevperspektivet

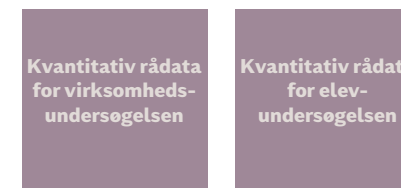


Komparativ adfærdsanalyse

virksomhed, elev, skole



Kvantitativ rådata - bilagsrapport



Sektion 1

Praktikpladser set fra virksomhedsperspektiv

Når du har læst denne sektion, er du klogere på,
virksomhedernes adfærd og oplevelser i forhold til at ansætte og have lærlinge/elever.

DEN GODE LÆRLING/ELEV
VI BESLUTTER OS
SKOLENS CENTRAL POSITIONERING



Kapitel 2

Den gode lærling/elev

Når du har læst dette kapitel, er du klogere på, hvilke kvaliteter, virksomhederne finder vigtige hos en lærling/elev. Det er særligt med henblik på at skabe forståelse for virksomhedens behov for en lærling/elev.

EN EGENTLIG RESSOURCE
EN PÅLIDELIG MEDARBEJDER

En egentlig ressource

Der tegner sig tydelige mønstre af at det højest opnåelige formål med at have en lærling/elev, er at **kunne betragte vedkommende som en egentlig ressource**. Det er et billede, der tegner sig generelt, for den måde virksomhederne ønsker at betragte en lærling/elev på.

Virksomhederne beskriver dog særligt **to værdier**, der skal til hos en lærling/elev før at vedkommende kan betragtes som én, der tilfører virksomheden noget, og ikke bare bruger af virksomhedens tid og ressourcer. Det kræver at lærlingen/eleven har:

Lyst til at arbejde

Lyst til at lære

Nogle få virksomheder betragter lærlingen/eleven som en ressource helt fra begyndelsen. Den mest **dominerende tendens** ses dog i, at størstedelen af virksomhederne forventer at lærlinge/elever er et **minus** for virksomheden i **starten**, og et **plus** for virksomheden i **slutningen** af praktikperioden. Det beskrives ofte som et **regnestykke, der går i nul**. Både økonomisk set men i særdeleshed også generelt set i forhold til tid, opgaver, energi, ressourcer etc. For mange handler det også om et regnestykke, der gøres op over flere år og flere forskellige lærlinge/elever. Samtlige informanter oplever nemlig **svingende lyst** hos de lærlinge/elever, de har haft eller har. Derfor beskrives det også som **et sats** at tage en lærling/elev ind i forhold til en faglært medarbejder.

Lyst til at arbejde

Det beskrives som helt afgørende, at lærlingen/eleven har **lyst til at arbejde**. **65 % af virksomhederne beskriver arbejdsomhed som en vigtig egenskab ved en lærling/elev**. For virksomheden er det afgørende, at der kommer en lærling/elev, som er klar på at arbejde, og som **ikke står i et hjørne med sin mobiltelefon, og venter på at en kollega eller chef skal sætte vedkommende i gang**. Dermed handler det også om virksomhedernes ønske om, at eleverne ser deres behov.

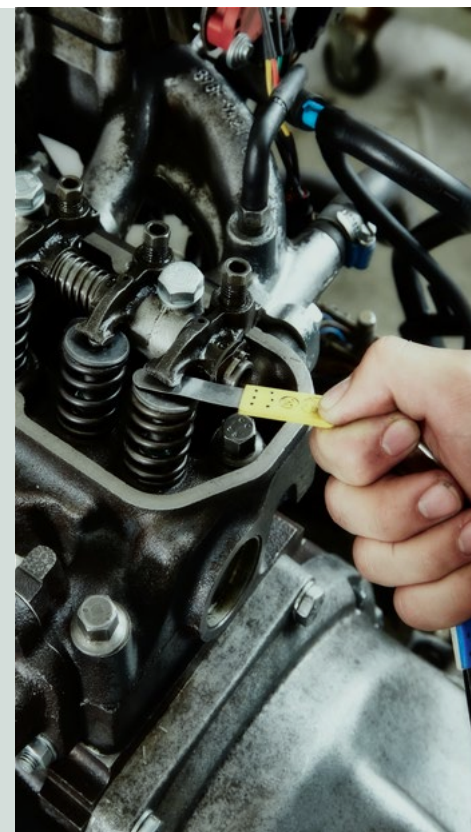
Lyst til at lære

I forlængelse af ovenstående finder virksomhederne det også vigtigt, at lærlinge/elever har lyst til at lære. Data viser, at mange virksomheder oplever situationer med lærlinge/elever, der ikke ønsker at lære noget. At de i deres dagligdag **signalerer, at de ved alt**, og ikke har noget at lære i faget. Det er et frustrationsmoment for arbejdsgiverne. Deres oplevelse er, at lærlingen/eleven stiller sig spørgende overfor de øvrige medarbejders ekspertise, viden eller måde at gøre det på. Og det mener arbejdsgiverne går ud over elevens læring og dygtiggørelse og i sidste ende også virksomhedens udbytte af lærlingen/eleven. **Derfor er det altafgørende, at eleven har lysten til at lære nyt og blive bedre, gennem modet til at erkende at man er 'lærling/elev' og ikke en faglært medarbejder.** Det er kodeordet til de gode lærlinge/elever.

” Elevernes forventninger til løn og karriere er ofte **urealistiske**. Desuden har en del desværre ingen forståelse for, hvad der er **væsentlige værdier**. For eksempel **mødetid, fravær, ordentlighed og omhyggelighed**.

Det er som om det at være **ærekær** om arbejdet ikke findes. Måske kunne skolerne hjælpe med at **fremme stolthed i kvalitet af arbejdet og værdien af at yde sit bedste**.

Vi skal have stoltheden tilbage i godt håndværk.

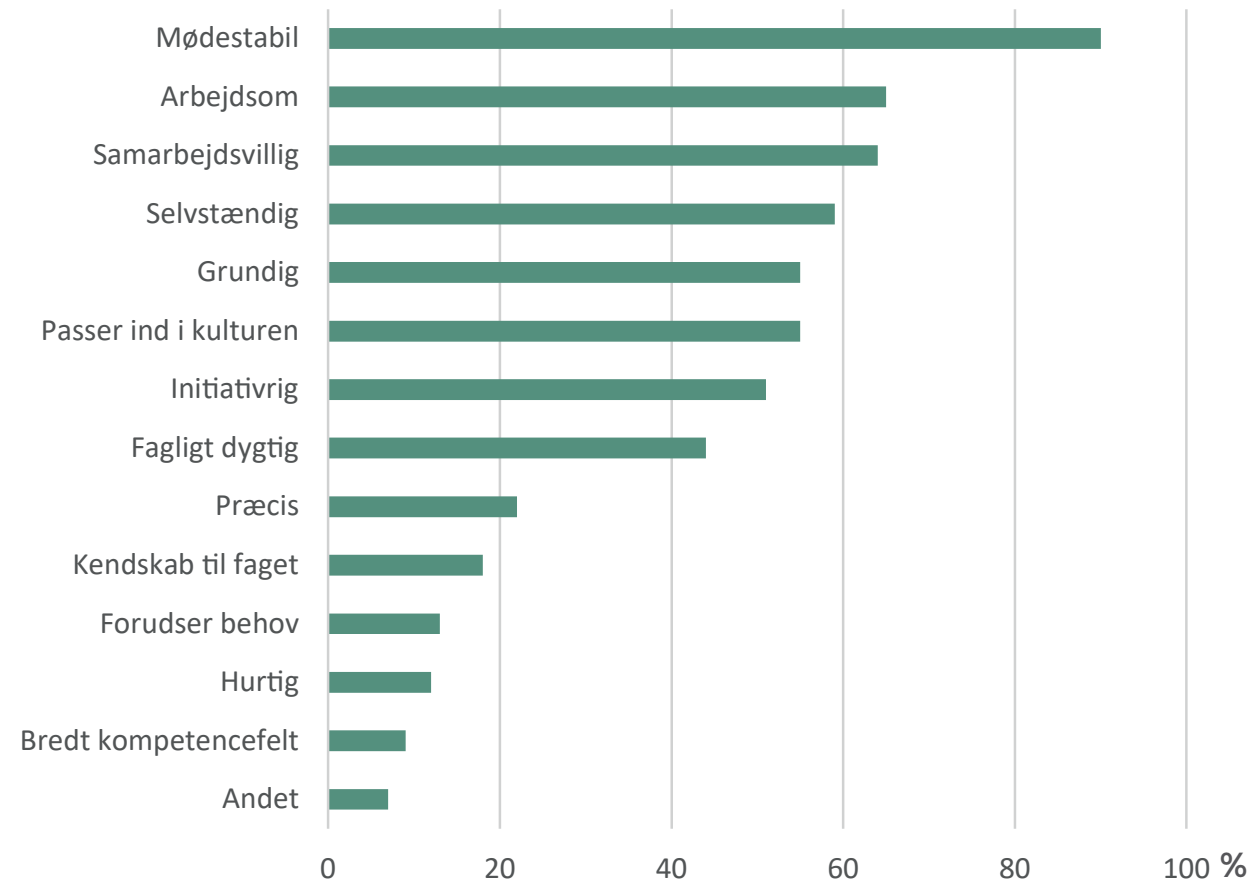


En pålidelig medarbejder

Dette afsnit behandler aspekter af virksomhedernes forventninger til lærlinge/elevs bidrag til virksomheden. Derfor viser afsnittet også tilbage til citatet på den foregående side, da dette både understøtter pointer fra forrige og dette afsnit.

Forståelse for de væsentligste værdier

Den generelle holdning hos virksomhederne er, at de vigtigste egenskaber ved en lærling/elev er; mødestabilitet, arbejdsomhed, samarbejdsvillighed, selvstændighed, grundighed og passer ind i kulturen. Dette mønster fremkommer ved spørgsmålet om, **hvilke egenskaber ved en lærling/elev der er vigtigst for virksomheden**. Det var muligt at vælge op til fem.



Der tegner sig et tydeligt billede af at de kompetencer hos en lærling/elev, som virksomhederne finder vigtigst, er **egenskaber, der kan bruges i et hvilket som helst job**. Mindre vigtige er de egenskaber, der knytter sig specifikt til fagligheden. **Mødestabilitet** har en signifikant fremtrædende værdi. Virksomhedernes begrundelse er, at lærlingen/eleven skal møde på det aftalte tidspunkt på det aftalte sted. Dette bunder igen i, at virksomheden har behov for at opfatte lærlingen/eleven som en **egentlig ressource** i virksomheden. Og **det helt grundlæggende for at eleven kan lære noget er, at vedkommende først og fremmest kommer på arbejde**.

” Hvis han bare kommer om morgenen, når vi andre møder ind, så skal jeg nok lære ham at svejse og bruge en rørtang.

Men hvis han ikke engang kommer, når vi andre står og venter på ham, så bliver han aldrig VVS'er.

Han skal gerne være bedre i næste uge, end han var i sidste uge.



Forældre og grundskole skal videregive værdier

Virksomhederne forventer ikke, at de væsentligste værdier bliver tillært på erhvervsskolen. I følge informanterne skal dette ske på et langt tidligere tidspunkt. De henviser nemlig først og fremmest til **forældrene** men også til **grundskolerne**. Ifølge virksomhedsinformanterne er det ikke erhvervsskolernes ansvar at lære eleverne at være, eksempelvis mødestabile og samarbejdsvillige. Det er noget virksomhederne mener, skal **gennemsyre opdragelsen af den unge generation** mere generelt set. Virksomhederne mener dog at erhvervsskolernes ansvar er, at **håndhæve disse ting**, når eleverne er i skoleforløb. Dette analysefund vil behandles yderligere i denne sektionens kapitel 'Skolens centrale positionering'.





Kapitel 3

Vi beslutter os

Gennem dette kapitel får du indsigt i, hvordan beslutningsprocessen er, når virksomhederne beslutter sig for at ansætte en lærling/elev.

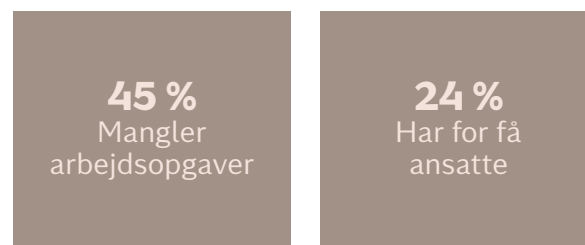
VORES PRAKTISKE KRITERIER

VORES ANSÆTTELSESPROCES

VORES SAMFUNDSANSVAR

Vores praktiske kriterier

Af data fremgår det, at det vigtigste kriterie for at overveje ansættelsen af en ny lærling/elev er, at der er **arbejdsopgaver** nok. Det er en grundlæggende vurdering, der træffes internt i virksomheden, og ofte er det **ikke særligt forudsigeligt, hvorvidt der er arbejdsopgaver** til en lærling/elev. Derfor har virksomhederne en idé om, at der muligvis bliver en ledig praktikstilling nogle måneder ud i fremtiden, men selve beslutningen træffes relativt sent. For mange sker det først, når det reelle behov opstår, og derefter ansættes lærlingen/eleven indenfor en månedstid. I data findes ikke konkrete tal på dette, men det er virksomhedernes egne oplevelse af beslutningsprocessen. I data ses det, at der særligt er **to fremtrædende begrundelser hos de virksomheder, der ikke har ansat lærlinge/elever, men er godkendt til det.**



De to primære begrundelser fra de virksomheder, der ikke har lærlinge/elever, er manglende arbejdsopgaver og for få ansatte. 45 % af virksomhederne uden lærlinge/elever har ikke nok arbejde til at tage en lærling/elev ind i virksomheden, mens 24 % har for få ansatte i virksomheden.

To andre signifikante argumenter fra virksomhederne er, at de er for **tidskrævende** og det er for **svært at finde den rigtige** lærling/elev. Virksomhedernes begrundelse for at det er svært at finde den rigtige lærling/elev, skal findes i det tidligere gennemgåede analysefund, der viser at de væsentlige og grundlæggende værdier som mødestabilitet, arbejdsomhed og samarbejdsvillighed er **dyder, som en lang række virksomheder mener, er svære at finde hos erhvervsskoleelever.**

Endvidere siger 46 % af de virksomheder, der ikke har lærlinge/elever, at **eleven skal søge personligt**, før de begynder at overveje at ansætte vedkommende. I forlængelse heraf viser analysen også at langt de fleste virksomheder vil **overveje seriøst at ansætte en ekstra lærling, hvis den helt rigtige lærling søger.** Dette er uafhængigt af om der inden modtagelse af ansøgning, er tanker om en ny lærling/elev. 42 % af de virksomheder, der ikke har lærlinge/elever, siger, at de har mulighed for at ansætte en. For disse er det altså et **fravalg**, at virksomheden ikke har lærlinge/elever.

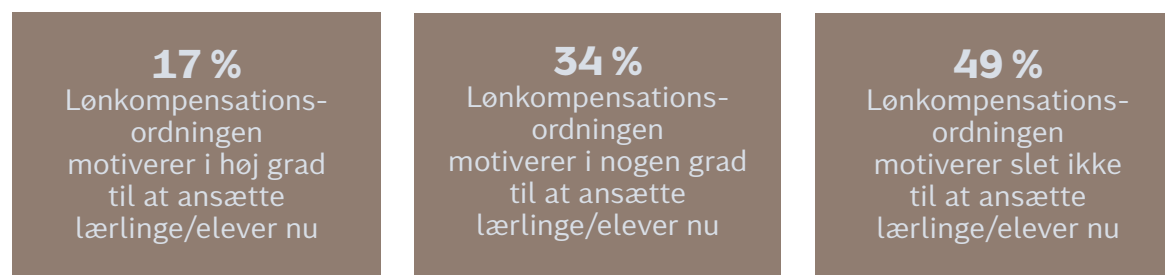
Økonomi - ikke en afgørende motivationsfaktor

I følge data er der **ikke** signifikante tendenser til, at økonomi er en faktor, der har betydning for tilbøjeligheden til at ville ansætte en lærling/elev. 14 % af de informanter, der **ikke har ansat lærlinge/elever i øjeblikket**, begrundet deres fravalg med, at **det er for dyrt**. 9 % begrundet fravalget med **manglende tilskud**. Det er ikke påfaldende tendenser, og når dette sammenholdes med virksomhedernes holdning til den imidlertidige lønkompensationsordning (gældende for resten af 2020), så viser analysen, at virksomheder uden lærlinge/elever finder kompensationsordningen omtrent lige så attraktiv som dem med lærlinge/elever.

Forskellen ligger dog i virksomhedernes forventninger til længden af de aftaler kompensationsordningen eventuelt vil medføre. **At ordningen vil medføre en længere aftale end normalt, er aktuelt for 27 % af virksomhederne uden lærlinge/elever**. Til samme spørgsmål svarer 19 % af virksomheder, der har lærlinge/elever, at ordningen påvirker dem til at lave længere aftaler, end hvad de ellers ville have gjort.

Samtidig siger 67 % af informanterne uden lærlinge/elever i virksomheden, at kompensationsordningen ikke har betydning for længden af en eventuel aftale. **For de virksomheder, der har lærlinge/elever, har kompensationsordningen altså knap så stor betydning, idet 77 % af disse informanter forventer at lave samme type aftaler, som inden de blev bekendt med ordningen**.

Overordnet set ytrer 17 % af de samlede informanter, at lønkompensationsordningen i høj grad motiverer til at ansætte lærlinge/elever. 34 % vil i nogen grad overveje ansættelse på denne baggrund, mens det for 49 % gælder, at de slet ikke motiveres af denne ekstra økonomiske kompensation.



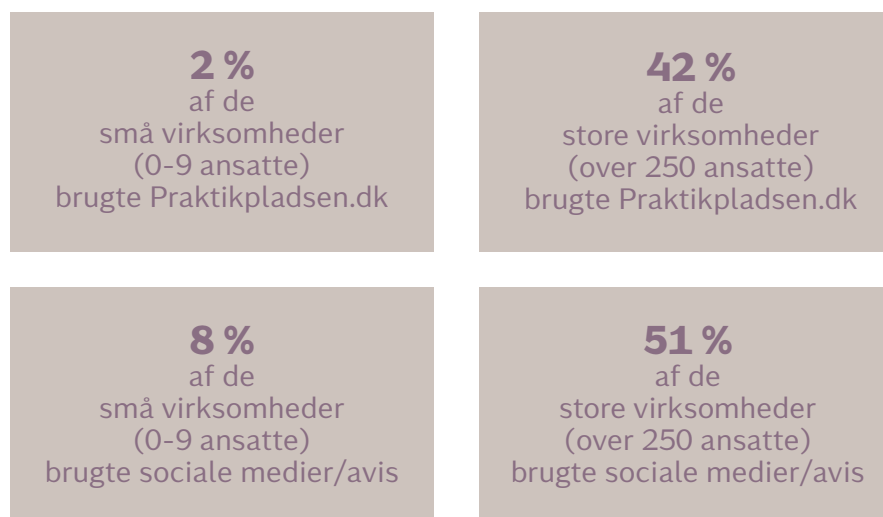
For omkring halvdelen af informanterne er den økonomiske kompensationsordning altså **slet ikke** en motivationsfaktor. For den resterende halvdel motiverer det i **høj** eller **nogen grad**. Det tyder altså **ikke** på, at økonomi har en signifikant betydning for hverken at motivere eller afholde fra at ansætte en lærling/elev. **Der er andre faktorer, der har meget større betydning**.

Vores ansættelsesproces

Når virksomheden har truffet beslutningen om at ansætte en ny lærling/elev, så er der forskellige tendenser i forhold til, **hvordan eleven ansættes i en praktikstilling**. I undersøgelsens spørgeramme kunne virksomhederne bruge flere valgmuligheder, idet nogen har flere lærlinge/elever som kan være ansat på forskellig vis. Sådan ansætter de fleste virksomheder lærlinge/elever:



Flest virksomheder ansætter lærlinge/elever ved hjælp af **målrettede søgestrategier**. Dette er tendensen, når data betragtes for den samlede population. Dykkes der ned i **mønstrene** for denne tendens, er der dog en signifikant forskel på ansættelsesmetoden set i forhold til **størrelsen** på virksomheden. Der identificeres en tendens til, at de mindre virksomheder er mere tilbøjelige til at ansætte lærlinge/elever gennem de mest målrettede ansøgningsmetoder, hvor de større virksomheder har mere tendens til at bruge systemer som Praktikpladsen.dk og de sociale medier.



Vores samfundsansvar

Data viser at virksomhedernes umiddelbare overbevisning om, hvorfor man skal have en lærling/elev i sin virksomhed er, at det er et **samfundsansvar**. Informanterne tager dog først og fremmest for givet, at det er noget, der kan gavne virksomheden. Forudsætningen er, at virksomheden kan se lærlingen/eleven som en ressource og at vedkommende også gerne tilfører noget ekstra til virksomheden. Dette beskrives særligt som et **frisk pust** til virksomheden.

De virksomheder, der har lærlinge/elever, beskriver det som en unik mulighed for at holde sig **opdateret** i faget og mulighed for at få yngre generationer ind i virksomheden, der har **kendskab til andre discipliner** end de ældre ansatte og arbejdsgiveren selv. Her henvises dog ofte til de yngre elever. For både de yngre og ældre elever handler det om en forventning om, at de kan **udfordre 'plejer' og etablerede arbejdsprocesser**.

” Vi tager **ansvar** for at uddanne kommende medarbejdere. Dem vi selv får glæde af ved en fastansættelse, men også dem vi sender videre til andre.

Vi får også selv meget ud af at have elever og lærlinge i vores organisation.

Vi får nye **input**, vi bliver udfordret på vores **arbejdsgange** og vi får en større **rummelighed**.

At uddanne elever og lærlinge, **udvikler** også os som organisation og som medarbejder eller kollega.



Som nævnt er den officielle begrundelse for mange virksomheder, at det er et samfundsansvar. Men den væsentligste pointe her er, at praktikpladser er meget mere end det. Det drejer sig også om, at lærlinge/elever kan **tilføre virksomheden noget** - både i form af arbejdskraft og udvikling. Og så drejer det sig om, at det bidrager til hele **fagets økosystem**. At man sikrer at overleveringen af traditioner og kultur er med til at sikre fagets **overlevelse og kompetent arbejdskraft for fremtiden**.

Der er imidlertid forskel på, hvordan virksomhederne opfatter deres samfundsansvar. Det er en generel konsensus, at de **større virksomheder har et større ansvar for at uddanne lærlinge/elever end de mindre virksomheder**. Det bunder først og fremmest i et økonomisk argument om, at de større virksomheder bedre kan håndtere det tab, som virksomhederne forbinder med at have lærlinge/elever. Endvidere handler det om en overbevisning om, at de større virksomheder bedre kan præsentere eleverne for et **bredt og varieret udbud af opgaver og samarbejder på tværs af fagfelter**. Denne holdning ses realiseret i virkeligheden, da data viser, at de større virksomheder (flere end 50 ansatte) er mere tilbøjelige til at tage lærlinge/elever, end de mindre virksomheder (0-49 ansatte).





Kapitel 4

Skolens centrale positionering

Dette kapitel behandler, hvordan virksomhederne opfatter skolerne. Deres ansvar, opgaver og samarbejdet. De centrale analysefund kredser om virksomhedernes opfattelse af skolerne som et vigtigt bindeled mellem elev og virksomhed.

DEN VIRKSOMHEDSORIENTEREDE SKOLE

Den virksomhedsorienterede skole

Af data fremkommer tydelige mønstre, der viser hvad virksomhederne forventer, er **skolens rolle** i forbindelse med praktikpladser. Dette er et tema, der ligger virksomhederne meget på sinde. Data viser, at virksomhederne mener, at skolens vigtigste rolle er, at **klæde eleven på til arbejdet** i virksomheden.

38 %

Klæde eleven på til arbejdet i virksomheden

27 %

Finde den rigtige elev

24 %

Hjælpe med det administrative ifm. indgåelse af en uddannelsesaftale

I skal klæde eleven på til arbejdet

38 % af virksomhedsinformanterne mener, at det er vigtigst at skolen klæder eleven på til arbejdet i virksomheden. Dette er forventningen til **skolens rolle i forbindelse med indgåelse af uddannelsesaftaler**. Det viser tilbage til det tidligere berørte tema om, at det vigtigste for virksomhederne er, at eleverne først og fremmest er mødestabile, arbejdsomme og samarbejdsvillige.

Når virksomhederne mener, at skolen skal klæde eleven på til arbejdet, så henvises der til disse vigtige egenskaber. **Der henvises ikke til, at skolen decideret skal lære eleverne det.** Det skal forældrene og grundskolerne først og fremmest. Det betragtes altså som et ønske om en strukturel, samfundsmæssig opdragelse fra barns ben for de kommende generationer. Derimod forventer virksomhederne, at **skolerne håndhæver de samme regler, som man må forvente gælder i virksomhederne.**

Data viser, at virksomhedernes forståelse af skolens ansvar for at 'klæde eleven på', handler om, at **informere eleverne om, og gøre dem klar på, hvad det er for en hverdag, der venter dem.** Skolerne bør altså, ifølge virksomhederne, gøre meget ud af at fortælle om de **kulturelle koder**, der venter eleverne. De skal bede dem finde al deres forståelse for de tidligere omtalte, **væsentlige værdier** frem fra skufferne, således at det kan blive brugt, når hverdagen er igang.

Når virksomhederne henviser til skolens pligt til at håndhæve de væsentlige værdier, så viser informanterne et udpræget behov for, at skolen slår hårdt ned. Eksempelvis når eleverne møder for sent, mens de er på skoleforløb, eller at de skal tvinges til at arbejde på tværs af klassen eller forskellige fagfelter. I følge virksomhederne **mangler der konsekvens på skolerne**. De oplever selv, at det medfører at virksomhederne får **ekstra arbejde** med at lære eleverne at hverdagen forholder sig helt anderledes i virksomheden end den gør på skolen.

Af data ses det, at de virksomheder, der ikke har lærlinge/elever, men har **mulighed for det**, er tilbøjelige til at begrunde deres fravalg med erfaringer, der viser at tidligere lærlinge/elever ikke har været tilstrækkeligt klædt på til arbejdet i virksomheden. Dette afspejler analysens helt overordnede fund, nemlig at **virksomhederne har behov for, at skolerne er meget mere virksomhedsorienteret, end de reelt er**. Dette vil behandles løbende igennem nærværende kapitel.

Først og fremmest er det dog centralt at kigge ind i de to øvrige punkter, virksomhederne beskriver som skolernes vigtigste opgaver i forbindelse med indgåelse af uddannelsesaftaler.

I skal finde den rigtige lærling/elev

27 % af informanterne finder det vigtigt at skolen hjælper virksomheden med at finde den rigtige lærling/elev. Hvad der kendetegner denne gruppe virksomheder er, at de ofte har et godt samarbejde med erhvervsskolen. I denne forbindelse ligger forventningerne i, at skolerne selv kontakter virksomheden med en lærling/elev, der passer ind. **Alternativt opfatter mange, læreren som ansvarlig for at finde en god lærling/elev, der passer i virksomheden.**

Uanset branche og virksomhedsstørrelse mener informanterne, at det **vigtigste samarbejde med erhvervsskolerne er kontakten til læreren**. Der er generelt en overbevisning om, at læreren er den, der har kendskab til faget, branchen, virksomhedens behov, elevens kunnen etc. Derfor mener virksomhederne også selv, at læreren er den mest **kompetente til at kunne matche** elev med virksomhed. Men også til at kunne **forstå virksomhedens problematikker og udfordringer** - både med lærlingen/eleven og med selve praktikpladssystemet.

Det står endvidere centralt, at over halvdelen af informanterne vil motiveres til at tage lærlinge/elever, hvis skolen kan matche den rigtige elev med deres virksomhed. 14 % af virksomhederne uden elever vil dog slet ikke motiveres af det perfekte match fra skolerne. Der identificeres en tendens til, at de større virksomheder finder skolernes match mere attraktivt og motiverende, end de mindre virksomheder. Samtidig er det af afgørende betydning, at virksomheder, der **ikke** har lærlinge/elever, er mere tilbøjelige til at blive motiveret til at tage lærlinge/elever, hvis skolen kan **matche** den rigtige elev med virksomheden. **Det er altså en måde, hvorpå skolerne kan tilskynde flere virksomheder uden lærlinge/elever til at bidrage til at uddanne elever.**

I skal hjælpe med det administrative

24 % af informanterne mener, at skolens vigtigste opgave er at **hjælpe med det administrative** i forbindelse med indgåelse af en uddannelsesaftale. Dette er et tema som fylder forholdsvis meget i virksomhedernes mindset. En lang række virksomheder anser dog dette for at være en tabt kamp. **Oplevelsen er, at det er svært at få skolerne til at forstå, hvor meget der egentlig er behov for hjælp i forbindelse med indgåelse af uddannelsesaftaler.** For virksomhederne er erhvervsskolerne og uddannelsessystemet en sort boks, der er vanskelig at begribe.

Analysen viser, at selvom det kun er tredjeflest informanter, der mener at **administrativ hjælp er det vigtigste**, så er det noget som alle virksomheder beskriver som **ressourcekrævende** for virksomheden. Virksomhederne mener ikke, at måtte forventes at have den fornødne viden til at forstå og navigere i systemet for uddannelsesaftaler.

I forlængelse af ovenstående om skolernes administrative ansvarstagen, handler det også om virksomhedernes efterspørgsel på mere serviceminded personale på skolerne. En lang række informanter beskriver en langsommelig og bureaukratisk arbejdsgang, når det gælder kontakten til skolernes administrative personale, praktikcentre m.m. **En arbejdsgang der ikke stemmer overens med virksomhedernes mere profitorientrede måde at være i verden på.**

” Praktikpladskonsulenterne, de er flinke til at svare indenfor en uge eller to. Men hvis det gælder noget der er endnu mere administrativt, så er det **nogle gange jeg slet ikke får svar. Ikke engang et ‘tak vi har modtaget din henvendelse’.**

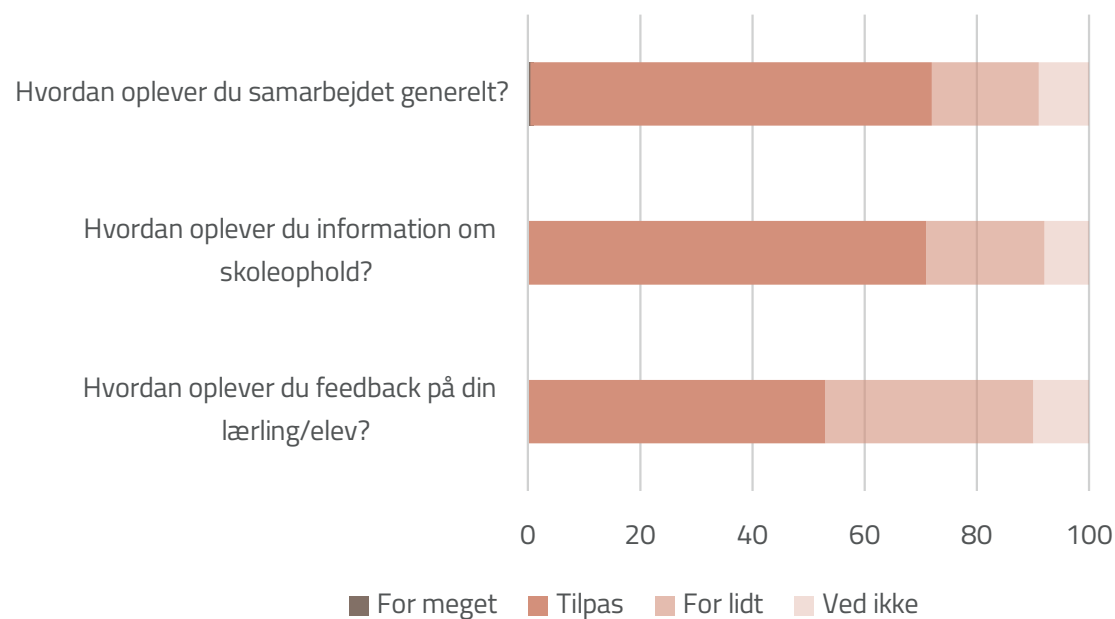
Det var aldrig gået i en virksomhed. Hvis jeg ikke svarer mine kunder indenfor få timer, så er de videre til næste.

Det bliver et **problem**, for jeg har altså ikke flere uger til at følge op og rykke skolen for et eller andet **administrativt**, som jeg ikke har en chance for at vide.



Overvejende tilfredshed med information, feedback og samarbejde

Data viser, at der er en overvejende tendens til, at virksomhederne oplever graden af samarbejdet med skolerne som tilpas. Generelt set ønsker lidt flere virksomheder sig mere feedback på sin lærling/elev, end det gør sig gældende for virksomheder, der ønsker sig mere information om skoleophold. Men det er stadig flest der finder det tilpas. **71 % af informanterne mener, at det generelle samarbejde med erhvervsskolerne er tilpas.**



Der identificeres en tendens til, at **jo mindre virksomheden er, des mere behov har de for et tæt samarbejde med skolen og indgående information om skoleophold.** Der er ikke en signifikant forskel, når det drejer sig om feedback på lærlingen/eleven. På sidstnævnte punkt er der udpræget tendens til at **omkring halvdelen af informanterne finder feedback på lærlinge/elever passende.**

Det mest centrale er dog ikke virksomhedernes tilfredshed med **mængden** af information, men snarere **tidspunktet** for informationerne. Her viser data, at virksomhederne har et udpræget behov for at have et **overblik over uddannelsesforløbet helt fra begyndelsen**. Der er nemlig en tendens til, at virksomhederne efterspørger mere indblik i, hvornår lærlingen/eleven står til rådighed. En lang række informanter oplever også dette som en indikation på skolernes manglende virksomhedsorientering. **En generel efterspørgsel på mere forudsigelighed i hele praktikforløbet. Det vil gøre det nemmere for virksomhederne at planlægge deres arbejde i måneder ud i fremtiden.** Data viser nemlig, at dette er afgørende for, hvor tilfredse informanterne generelt er med at have lærlinge/elever.

Med afsæt i virkeligheden

Af analysen fremkommer det, at virksomhederne generelt efterspørger mere virksomhedsorientering i måden, man uddanner elever på erhvervsskolerne. Efterspørgslen retter sig ikke kun mod langsigtet information om uddannelsesforløb. Den retter sig også mod en **bedre tilpasning til det enkelte fag eller branche**. **Data viser en tydelig tendens til, at virksomhederne ønsker, at skoleophold passes bedre ind i forhold til spidsbelastede perioder i det enkelte fag.** Ønsket om bedre tilpasning af skoleophold, gør sig gældende på tværs af fagfelter. Der er altså ikke signifikante mønstre for særlige faggrupper.

”

Jeg har svært ved at passe det ind i min butik. Når min elev skal på skole lige midt i vores udsalg, så er det altså svært at få det til at hænge sammen.

Og når hun er her, så er der en masse **regler** for, hvornår hun må arbejde - eller nærmere - hvornår hun **ikke** må arbejde. (...)

Hun må oven i købet ikke stå her **alene**. Så har jeg ikke en ærlig chance. Det er ikke en elev for enhver pris. **Tingene skal køre rundt og branchen har jo sine travle perioder.**



Den virksomhedsorienterede i skoledag

Den virksomhedsorienterede skole er også blandt informanterne, defineret som en skole, der tilrettelægger selve skoledagen efter, hvad der bliver elevernes virkelighed for fremtiden. Derfor definerer virksomhederne et udpræget behov for, at **skolerne tænker mere struktur ind i skoledagen, der ligner det eleverne møder ude i virksomhederne**. En række informanter efterspørger skoledage, der er helt målrettet den enkelte branche.

” Vi har mange elever inde der ikke aner, hvordan det er at være bager. På skolen møder de først **klokken 8** og så tror de, at de skal ind og være **Mette Blomsterberg**.

Så er der altså langt ned i kælderens til Morten klokken fire om natten.



Ifølge data er der et udpræget behov, for at skolerne sluser eleverne mere ind i de reelle arbejdstider og arbejdsforhold. Således at virksomhederne ikke skal bruge tid og kræfter på at informere om, og tillære lærlinge/elever, hvordan arbejdsdagen ser ud. Dette er i tråd med forventningen om, at skolen skal **klæde eleven på til arbejdet i virksomheden**.

Virksomhederne er godt klar over, at det **ikke er muligt at lade eleverne møde om natten**, men ifølge data skal **skoledagen søges efterlignet virkeligheden** mere, end det hidtil er efterlevet.

Fagforeninger

Af analysen fremkommer der tendenser til, at virksomhederne **ser negativt på fagforeningernes indblanding i praktikpladsforhold**. Når det af overenskomsterne for de respektive fag, fremgår at lærlinge/elever har nogle helt særlige rettigheder, så oplever virksomhederne at dette ofte besværliggør at tage lærlinge/elever i deres virksomhed. Særligt når det gælder **arbejdstider**, og der hvor lærlinge/elever **ikke må arbejde alene**, er det udfordrende for virksomhederne at få det til at passe ind i hverdagen med de øvrige ansatte og arbejdsopgaver.

Dette beskrives som en **barriere** for at betragte lærlinge/elever som en egentlig ressource for virksomheden. I følge data er det altså regler, der får en negativ effekt på tilbøjeligheden til at ansætte lærlinge/elever. Særligt i de mindre virksomheder, hvor det ofte er et puslespil at få åbningstider og arbejdstider til at få op i en højere enhed.

Igen viser dette behov tilbage til virksomhedernes behov for at der **i systemet tænkes virksomhedsorienteret**. At ikke kun skolerne, men også andre interessenter tænker, hvordan systemet for lærlinge/elever bedst muligt passes ind i hverdagen i virksomhederne. Data viser nemlig også, at det kan afholde virksomheder helt fra at tage lærlinge/elever, hvis overenskomsterne for praktikpladser ikke kan passes ind.

Kun **enkelte informanter** finder det problematisk, at overenskomsterne **forhindrer at virksomhederne kan afskedige** en lærling/elev. Langt de fleste kan godt se meningen med denne del af overenskomsterne, og **anser det som muligt at skabe et godt samarbejde** med lærlingen/eleven i langt de fleste tilfælde. Også trods eventuelle udfordringer undervejs. **Data viser, at eventuelle udfordringer oftest ligger i samarbejdet mellem virksomhedens øvrige medarbejdere og lærlinge/elever.**

Sektion 2

Praktikpladser set fra elevperspektiv

Når du har læst denne sektion, er du klogere på,
elevernes adfærd og oplevelser i forhold til praktikpladser.

MIN SKOLE

MIN PRAKTIKPLADS

MIT FAG

MIT BIDRAG TIL VIRKSOMHEDEN

MIN OPFATTELSE AF SKOLEPRAKTIKKEN



Kapitel 5

Min skole

Når du har læst dette kapitel, har du fået indsigt i, hvilken position skolerne har, når det gælder elevernes oplevelse af at vælge uddannelse. Herunder hvilke kriterier skolen vælges ud fra, hvilket vil lægge op til videre definition af samspillet mellem valg af skole og praktikplads.

SKOLEN ER MIDDEL TIL MÅLET
KULTURBÅRNE MÆRKATER
PRAKTISKE VALGKRITERIER

Skolen er middel til målet

Det er afsøgt i data, hvilken position skolen har i valget af uddannelse. Dette er relevant for at forstå sammenhængen mellem **valg af skole, set i forhold til valg af uddannelse, praktikplads og arbejde.**

Jeg vælger ikke skolen

Analyse af data viser tydelige mønstre i elevernes syn på skolerne. Af delrapporten for GF2 projektet publiceret august 2020 fremgår det, at uddannelse er middel til målet. Det vil sige, at uddannelse skal betragtes som et middel til at opnå større stabilitet, sikkerhed og glæde i tilværelsen fremover. Analysen i delrapporten viser, at en gruppe elever vælger uddannelse for at skabe en forandring i tilværelsen. **Dette på baggrund af en livssituation der skaber behov for at ændre sin situation.** Her er forventningen, at en (ny) uddannelse kan bidrage til en ændring i den nuværende situation og hverdag. Dette er nødvendigt at opsummere her, fordi det er en væsentlig forklaring på, hvordan eleverne vælger skole.

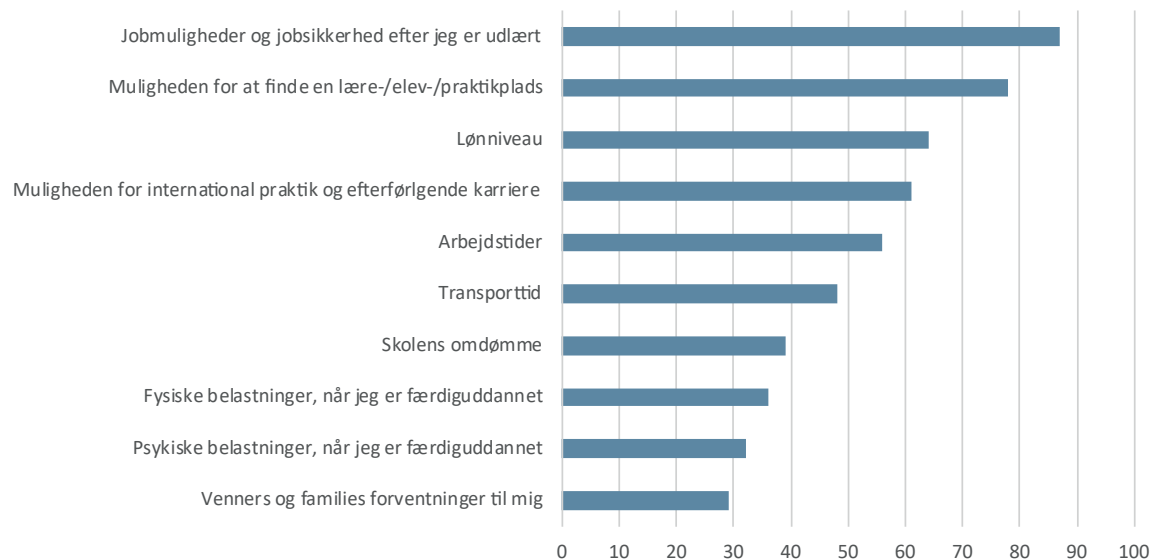
Det fremgår af data, at **78 %** af informanterne fandt **muligheder for praktikpladser** vigtigt, da de valgte uddannelse. Dette understreger elevernes fokus på muligheden for at få en praktikplads. Samtidig betragter **87 %** af informanterne **jobmuligheder og jobsikkerhed efter endt uddannelse som vigtigt for valget af uddannelse.** Herved tydeliggøres det, at informanterne først og fremmest vælger uddannelse med øje på den hverdag, der venter dem i et fremtidigt job. Herefter anser de en praktikplads som et afgørende skridt på vejen til målet, og slutteligt er **skolen blot et middel til at nå til praktikpladsen, som igen er middel til at nå til det endelige job.** Dette uddybes yderligere i de følgende afsnit.

Beslutningsprocessen



Skolens omdømme

Af nedenstående diagram fremgår det, at skolens omdømme betragtes som det syvende vigtigste valgkriterie, når det gælder beslutningsprocessen. Det ligger altså relativt langt nede på listen af de fremlagte muligheder for, hvad der var vigtigt ved valg af uddannelsen.



Når skolens omdømme har mindre at sige end mere fremsynede kriterier, så underbygger data endnu engang, at eleverne ikke vælger skolen, men at helt andre fokuspunkter kommer i første række. Disse fokuspunkter behandles mere detaljeret igennem resten af nærværende analyse.

Praktiske valgkriterier

Der tegner sig et tydeligt billede i data af, at eleverne vælger skolen ud fra konkrete og praktiske kriterier. Det drejer sig udelukkende om **den nærmeste skole, der udbyder den uddannelse** eleven ønsker at tage. Når eleven har valgt en uddannelse, er ønsket og behovet ikke at kunne identificere sig med en skole. Der fremkommer klare tendenser i data til, at informanterne bevidst træffer det mest **praktiske valg**. Også selvom de eksempelvis har hørt bedre om en skole, der ligger længere væk, rent geografisk. Her henvises sågar til andre skoler, der ligger regionalt. Det altoverskyggende valgkriterie er **distance**. Begrundelsen herfor skal findes i behovet for at identificere sig med faget i kraft af en virksomhed. **Identifikationen ligger altså ikke på skoleniveau, men på virksomhedsniveau**. Dette tema om identifikation, behandles løbende i nærværende rapport.

” Jeg vil være murer. Så er jeg sådan set ligeglad med, hvilken skole der kan gøre mig til det. **Jeg overvejede slet ikke andre skoler**, det blev bare den nemme løsning.

Det vigtigste er, at jeg bliver en god murer, og det er jo **mester, der er afgørende** for det.



Kulturbårne mærkater

Det er den skole, vi bruger

Der er imidlertid en gruppe elever der vælger skolen ud fra kulturbårne mærkater inden for et fag eller en virksomhed. Kendetegnene for denne gruppe er, at de har et **ufaglært job ved en virksomhed, der opfordrer eleven til at tage uddannelsen**. Alternativt har de indgået en aftale om en praktikplads inden uddannelsesstart. Denne gruppe elever vælger skolen ud fra, hvad der er **tradition** for i virksomheden eller i faget. I dette tilfælde spiller virksomheden en stor rolle i valg af skole, og ofte binder det i en intern devise: **”det er på den her skole, man uddanner inden for vores fag”**.

” Jeg kom tilfældigvis ud at arbejde ved én jeg kender. Han havde brug for en arbejdsmand.

Han ville gerne have, at jeg fortsatte hos ham, og **jeg sagde, at så ville jeg gerne have en praktikplads.**

Mester gav mig nummeret på den her skole og sagde, jeg skulle ringe til dem. **Det er her, han før har taget lærlinge fra.** Skolen fortalte os, hvad vi skulle gøre, og så var det egentlig bare, det vi gjorde.



Mig og min praktikplads

28 %

Har en skriftlig eller mundtlig aftale om en praktikplads, få uger efter uddannelsesstart

28 % af de adspurgte elever i den kvantitative del af undersøgelsen har en praktikplads ved begyndelsen af deres uddannelsesforløb. **De informanter fra denne gruppe, der er opfordret af en virksomhed til at tage uddannelsen, søger viden i tæt samarbejde med virksomheden.** Det vil sige, at denne gruppe, der oftest opfordres til at søge ind på uddannelse, søger information og vælger skole i tæt samarbejde med virksomheden. Her henvender virksomhed og elev sig til skolen med forventning om, at få en **udførlig guide og målrettede informationer omkring ansøgningsproces, forløb, krav etc.** I disse tilfælde oplever eleven sig selv, skolen og virksomheden som ligeværdigt ansvarlige for at optagelsesprocessen foregår ukompliceret.

Der kan identificeres en tendens til **fællestræk ved de elever, der tidligt i uddannelsesforløbet har indgået aftale om praktikplads.** 52 % af dem har haft **ufaglært arbejde** inden uddannelsesstart, mens det for den samlede population gælder, at kun 41 % har haft ufaglært arbejde det seneste år op til uddannelsesstart.

Der er dog en række karakteristika, der er relevante at fremhæve omkring processen med at få og søge praktikplads. Disse mønstre vil fremhæves i rapportens næste kapitel.



Kapitel 6

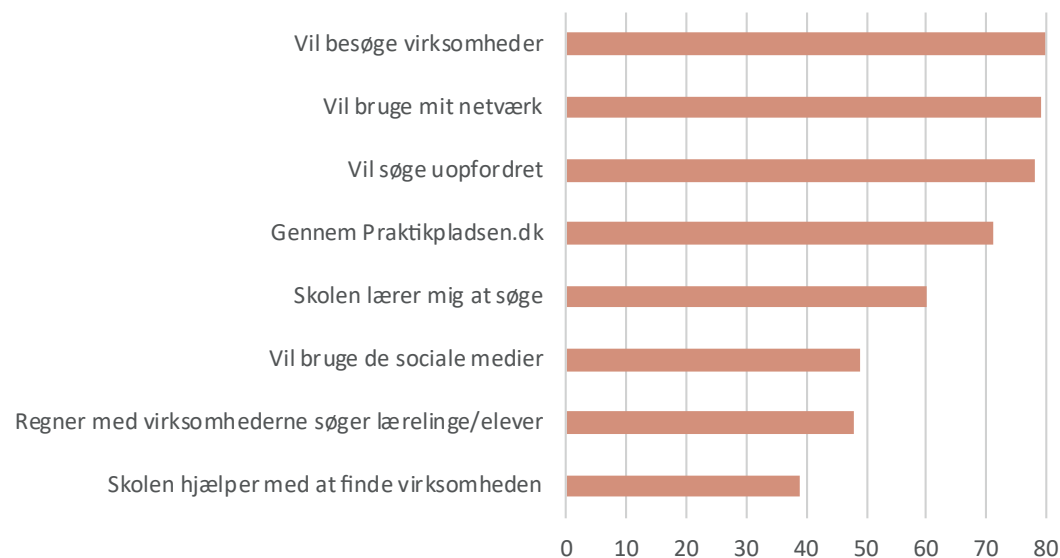
Min praktikplads

Når du har læst dette kapitel, er du klogere på, hvordan eleverne søger og får praktikpladser. Elevernes forventede søgestrategier sammenlignes med de bedste metoder til rent faktisk at få en praktikplads.

AT SØGE EN PRAKTIKPLADS
AT FÅ EN PRAKTIKPLADS

At søge en praktikplads

Generelt set forventer eleverne hovedsageligt at finde en praktikplads ved at **besøge virksomheden, bruge sit netværk** eller **søge uopfordret**. Der er en relativt stor andel af informanterne, nemlig **71%**, der forventer at finde en praktikplads gennem **Praktikpladsen.dk**. Effekten af denne ansøgningsstrategi behandles yderligere under den komparative sektion.



Der tegner sig her en tendens til, at eleverne generelt har i sinde, at benytte sig af et bredt spektrum af ansøgningsmetoder, når det gælder om at få fat i en praktikplads. Ved langt de fleste spørgsmål omkring forventningen til at finde en praktikplads, har eleverne nemlig erklæret sig enig i, at kunne forvente at finde en praktikplads gennem de respektive ansøgningsmetoder. Der identificeres særlige mønstre inden for nogle specifikke svar, hvilket vil trækkes frem i det følgende.

Sociale medier

Der er signifikant **få informanter**, der forventer at få en praktikplads gennem de **sociale medier**. Set i forhold til de øvrige ansøningsstrategier er der kun 49 % af informanterne, der forventer at bruge de sociale medier. For mændene gælder det, at 44 % forventer at bruge de sociale medier, mens det for kvinderne gælder, at **relativt mange påtænker at bruge de sociale medier**.

58 %
af kvinderne
forventer at bruge
de sociale medier

57 %
af informanterne
over 25 år
forventer at bruge
de sociale medier

Udover at kvinderne er mere tilbøjelige til at ville bruge de sociale medier, så har målgruppen **over 25 år** også mere tendens til at forvente at kunne få en praktikplads gennem de sociale medier. Til sammenligning med **57 % af informanterne over 25 år, der forventer at bruge de sociale medier**, så forventer kun 45 % af målgruppen under 25 år at anvende samme strategi. Effekten af denne ansøgningsstrategi analyseres og diskuteres endeligt i den komparative sektion af rapporten.

” Jeg har lavet et **opslag på Facebook**. Der står bare hvem jeg er, at jeg søger en elevplads som frisør, og så er der et billede af mig.

Jeg kender flere, der har fået praktikplads sådan. Det er jo en **hurtig måde at nå ud til rigtig mange**. Også nogen man ikke kender i forvejen.

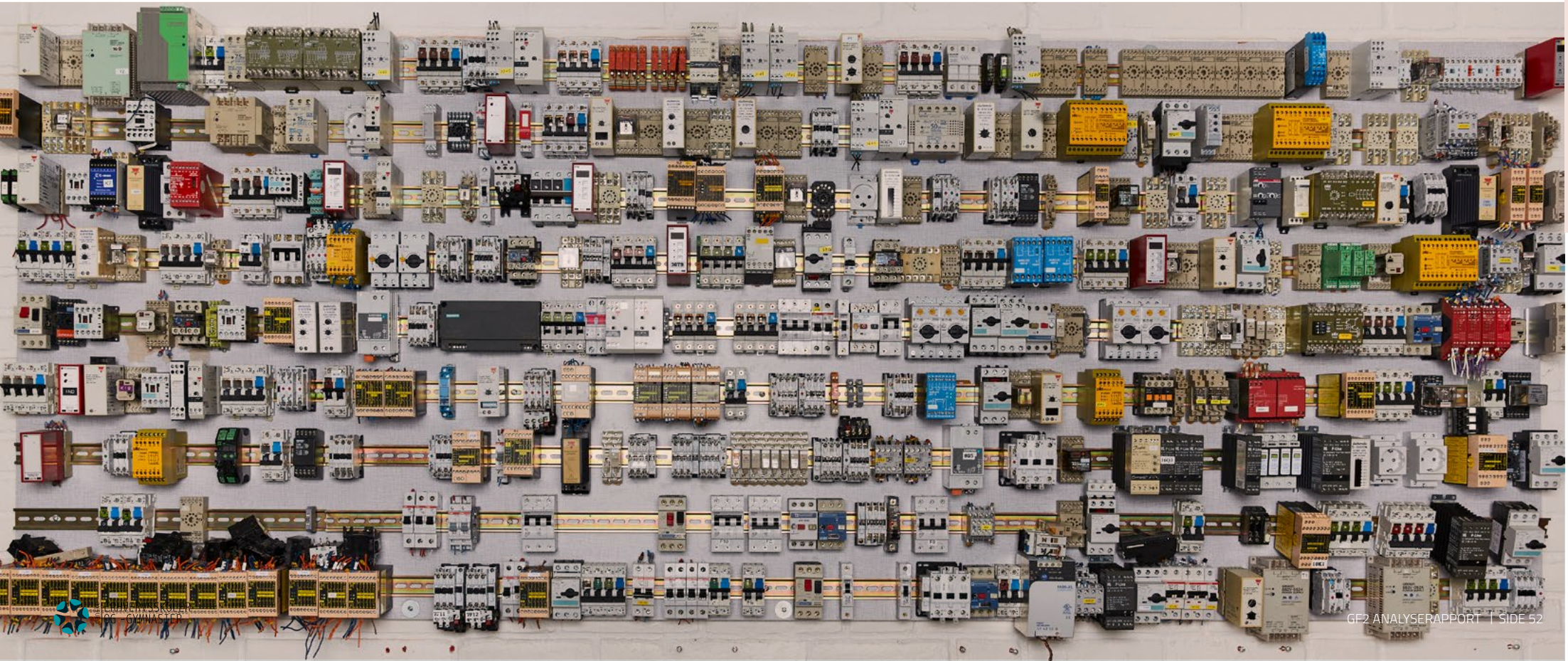


Praktikpladsen.dk

Forventninger til brugen af Praktikpladsen.dk adskiller sig desuden for henholdsvis mænd og kvinder. **78 % af kvinderne påtænker at bruge Praktikpladsen.dk**, hvor 66 % af mændene forventer at gøre brug af samme strategi. Samtidig forventer flere af informanterne over 25 år, at bruge denne platform. Her ser **78 % af de unge voksne over 25 år sig enige i at ville bruge Praktikpladsen.dk til at skaffe en praktikplads.**

Opsummerende

Alt i alt er der en større andel af de kvindelige elever og de unge voksne over 25 år, der forventer at finde en praktikplads ved at bruge passive søgestrategier gennem specifikke platforme og søge mere bredt. Mændene og de unge under 25 år har mere tendens til at vælge de aktive ansøgningsmetoder, der er målrettet på specifikke kriterier, eller som viser særlig interesse for eksempelvis en specifik virksomhed. I hvertfald når forventninger til ansøgningsstrategien undersøges lige omkring uddannelsesstart.



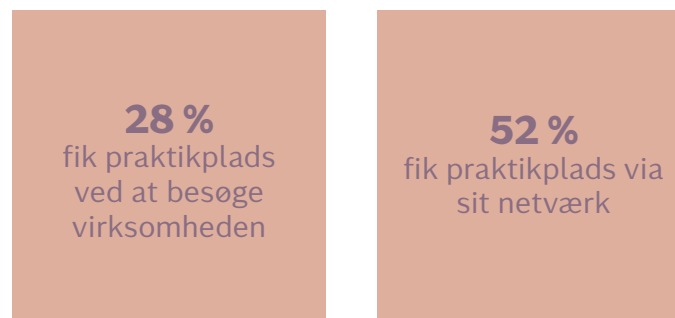
At få en praktikplads

Langt størstedelen af informanterne har ikke en praktikplads ved uddannelsesstart. I alt skal 72 % stadig gøre en indsats for at finde en praktikplads.



37 % af informanterne er igang med at kontakte virksomheder med henblik på en praktikplads. Det kan derfor konstateres, at **praktikpladser allerede er tilstede i de fleste informanternes bevidsthed fra begyndelsen**. 28 % af informanterne vil først søge lidt længere inde i grundforløbet, mens 7 % forholder sig helt passivt og forventer hjælp fra skolen.

Som tidligere nævnt har 28 % af informanterne en praktikplads tidligt i uddannelsesforløbet. Heraf har 52 % haft ufaglært arbejde det seneste år inden uddannelsesstart. Generelt gælder det, at de ansøgningsmetoder, der har givet bedst afkast for undersøgelsens informanter er, at besøge virksomheden eller finde praktikplads gennem eget netværk.

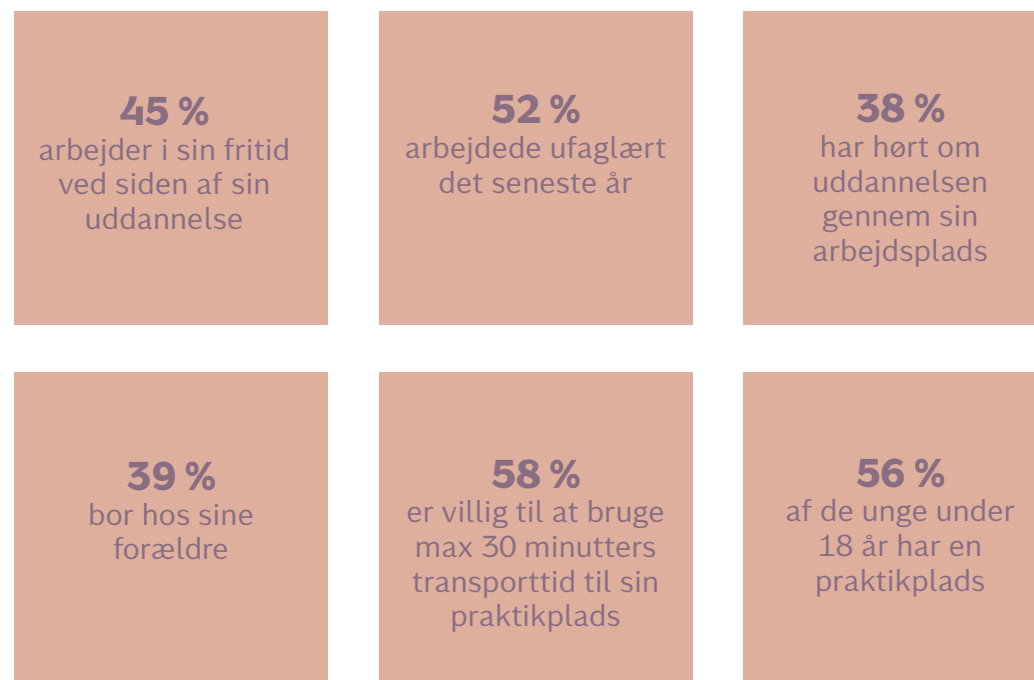


De ansøgningsmetoder, som **færrest** informanter har fået praktikplads igennem, er **Praktikpladsen.dk**, ved at søge på en **annonce/opslag** og gennem **uddannelses- og jobmesser**. Der tages forbehold for, at der kan være en vis fejlmargen forbundet med dette fund, idet data viser tendenser relativt kort tid efter uddannelsesstarten hvorfor de virksomheder, der kunne finde på at bruge disse metoder, muligvis endnu ikke er begyndt at slå praktikpladsstillinger op. Dog viser den tidligere analyse, at **virksomhederne heller ikke benytter disse metoder til at finde lærlinge-/elever**, hvorfor det vurderes at tendensen er sigende for den aktuelle adfærd for både elever og virksomheder.

Flest mænd, yngre og arbejdende har praktikplads

Der kan identificeres nogle karakteristiske mønstre, der gør sig gældende for dem, der har en praktikplads relativt tidligt i uddannelsesforløbet. Andelen af mandlige informanter med en praktikplads er større end andelen af kvinder med en aftale. **34 % af mændene har en praktikpladsaftale, mens dette kun gælder for 19 % af kvinderne.**

Nedenfor ses et overblik over andre **signifikante tendenser**, hvor de, der har en praktikplads, **adfærdsmæssigt adskiller sig** fra dem, der ikke har.



Informanter med en praktikpladsaftale er **mere tilbøjelige til at arbejde** ud over at gå i skole. Til sammenligning arbejder 28 % af dem, der ikke har en aftale. Forklaringen herpå kan findes i tendensen til indenfor nogle fag, at inspirere ufaglærte medarbejdere til at tage en uddannelse.

Dette viser sig også ved, at 52 % af de, der har en aftale, har arbejdet ufaglært det seneste år op til uddannelsesstart. Ikke alle disse informanter er opfordret af arbejdsgiveren. Og til sammenligning har 38 % hørt om uddannelsen gennem sin arbejdsplads. Data viser, at ufaglært arbejde og arbejde ud over skolen giver også eleverne en indsigt i, hvad det kræver at arbejde og være en del af en virksomhed. **De føler sig bedre rustet til at indgå i en dagligdag på en arbejdsplads og til at forudsige virksomhedernes behov.**

39 % af informanterne bor hos deres forældre. Data viser ikke signifikante forklaringer herpå, men en mulig forklaring kan være, at de elever, der er hjemmeboende, i større omfang **benytter sig af forældrenes hjælp og støtte til at søge praktikplads.**

58 % er villig til maksimalt at bruge 30 minutters transporttid hver vej til sin praktikplads. Dette er **relativt kort transporttid**, set i forhold til hvad informanter uden praktikplads er villige til at bruge. For dem uden en aftale gælder det nemlig, at 57 % er villige til at bruge op til 1 time på transport hver vej.

Der tegner sig ydermere en tendens til, at dem der har en praktikplads tilhører de yngre aldersgrupper, under 25 år. Særligt signifikant er det, at 56 % af de unge under 18 år har en praktikplads allerede omkring uddannelsesstart. **Her spiller forældrene igen en rolle, da 64 % af målgruppen er hjemmeboende.**

”

“Prøv lige at sende din ansøgning til ham her og skriv hvem du er”, **sagde min far så.**

Mine forældre havde mødt ham til en fest. Han har en bilforhandler. Så havde de nævnt, at jeg skulle ud at finde en elevplads, og han havde sagt, at han gerne ville kigge på min ansøgning. Så nu skal jeg ud og snakke med ham i næste uge.

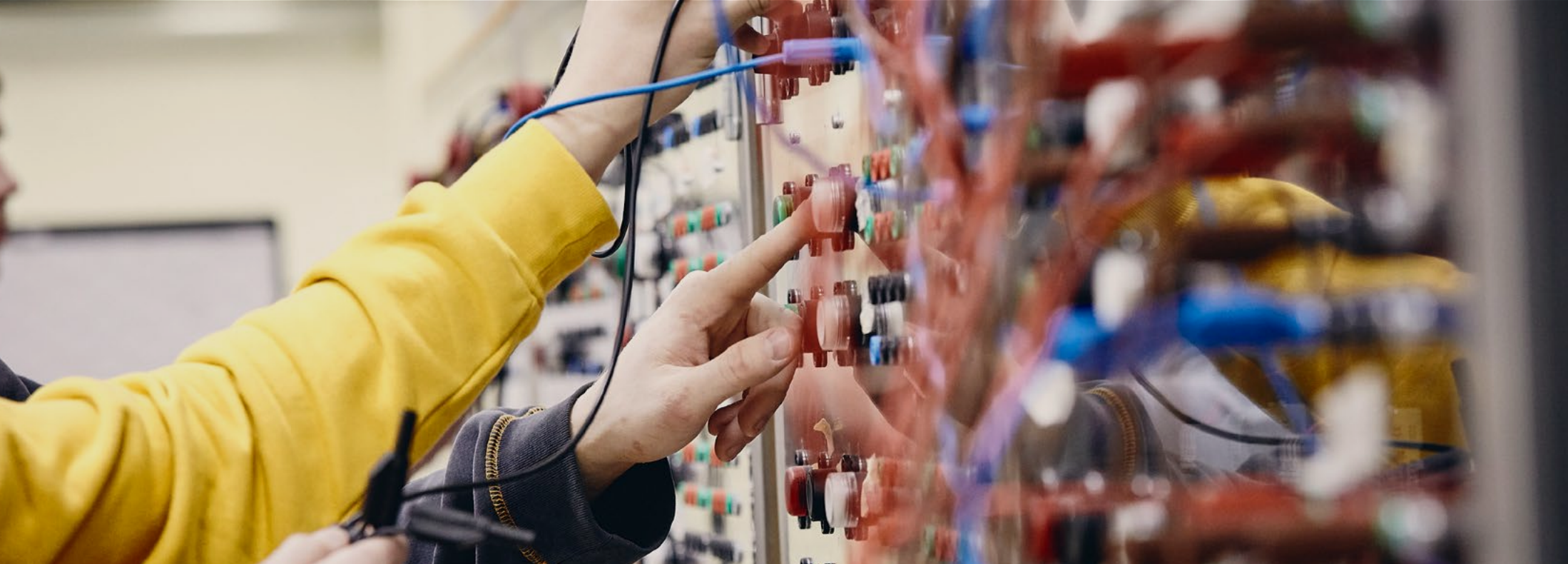


Prædefinerede kategorier eller virksomme søgestrategier

Spørgsmålet er, hvad der gør udslaget for, at de påviste mønstre ser ud, som de gør? Når kvinderne er mindre tilbøjelige til at have en praktikplads ved uddannelsesstarten, og de ældre informanter ligeså, så er det imidlertid relevant med en sociologisk begrundelse for, hvordan sammenhængen ser ud. **Prædefinerede kategorier** som køn og alder, kan muligvis have en **mindre** betydning for, hvorvidt man får en praktikplads. Men meget peger på at måden, hvorpå den enkelte **søger** er afgørende for tilbøjeligheden til at få en praktikplads. Når den **forventede søgestrategi sammenholdes med mønstrene for, hvem der havde en praktikplads, da undersøgelsen blev gennemført**, er det tydeligvis den mest afgørende og iøjnefaldende faktor for, tilbøjeligheden til at få en praktikplads.

Kvinderne er mere tilbøjelige til at ville bruge de passive og knapså målrettede ansøgningsstrategier som Praktikpladsen.dk og de sociale medier. Samme tendens ses hos de **unge voksne over 25 år** – de er tilbøjelige til at benytte de samme ansøgningsstrategier som kvinderne.

Analysen viser, at begge målgrupper har lavere tendens til at være på forkant ved uddannelsesstart med en praktikplads på hånden. De mere **passive søgestrategier** er altså dem, der giver det **ringeste afkast**. Hvorimod de mere **aktive og målrettede søgestrategier virker**, idet undersøgelsen viser, at størstedelen af eleverne har fået en praktikplads på den måde.



Kapitel 7

Mit fag

Gennem dette kapitel får du indsigt, hvilken værdi eleverne tillægger deres fag, og hvilken betydning identifikationen med faget har.

MIN FAGLIGE UDVIKLING

DE FAGSPECIFIKKE TRADITIONER

JEG SKAL INSPIRERE OG BLIVE INSPIRERET

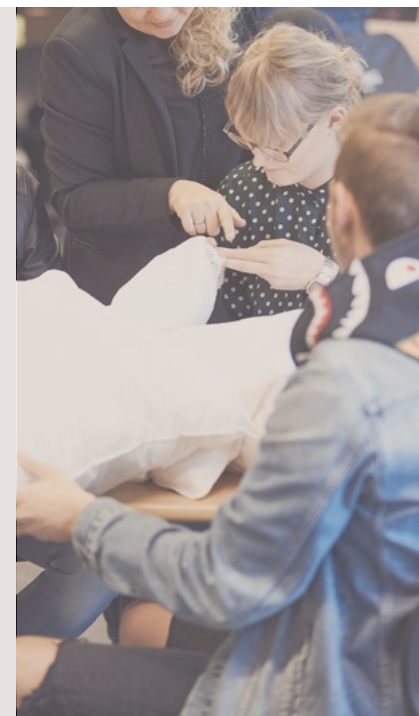
Min faglige udvikling

Analysen viser, at eleverne anser praktikpladsen for at være af meget afgørende betydning for at kunne **udvikle sig fagligt og komme med sit unikke bidrag til faget**. Forklaringen på dette behov for at kunne sætte sit præg i faget, skal findes i et analysefund fra foreliggende delrapport, Adfærdsanalysen af GF2 elever (publiceret august 2020). Nedenstående **uddrag af delrapporten** beskriver dette analysefund:

” En meget stor gruppe på tværs af uddannelserne henviser til drømme om at skabe **konkrete produkter og resultater**, som kan gøre **nytte** ved, at andre **ser** på det eller **bruger** det.

(...)

Mange henviser til behovet for **anerkendelse**, fordi det personligt er tilfredsstillende, men også fordi det er tilfredsstillende at opfylde andre menneskers behov, krav og ønsker.



At eleverne generelt set har et behov for at få anerkendelse, for det de gør, ligger også i tråd med deres behov for at sætte sit unikke præg på faget. Det kan sammenlignes med en form for **faglig stolthed, der ifølge eleverne opnås på bedst mulig vis gennem en praktikplads**.

Ydermere fremgår det af føromtalt delrapport, at 61 % af informanterne finder det vigtigt at være en del af et fællesskab i den situation, de er i lige nu.

Et fagfællesskab med symboler

Data viser, at det fællesskab eleverne finder vigtigt, ikke er et fællesskab i form af en klasse eller et skolefællesskab, men det er rettere efterspørgslen på et **fagfællesskab**, der er hægtet på en **virksomhed** eller for nogen en specifik afdeling eller et sjak. Dette kommer særligt til udtryk i de fag eller brancher hvor der bæres bestemt påklædning på arbejde. Analysen viser, at bestemte typer arbejdstøj **giver eleverne en følelse af at være accepteret og inkluderet i et fagligt fællesskab**. For mange ligger **identifikationen i tøj eller artefakter**, i form af det rigtige udstyr. For de faggrupper, der ikke bærer helt specifik påklædning, i form af eksempelvis orange arbejdstøj eller hvide kitler, handler det lige så meget om, at bære tøj der passer ind i faget og **udstråler en vis form for professionalisme**. Dette kan også være i form af logoer på tøjet, ved eksempelvis en elektriker eller en detailansat der ellers bærer 'hverdagstøj'.

Praktikpladsen betragtes altså både som et symbol på, at man er **inkluderet og accepteret** i faget, at man formår at **udvikle** sig fagligt og ikke mindst, at man af en virksomhed anses for at være **attraktiv**.

De fagspecifikke traditioner

Der tegner sig tydelige tendenser til, at eleverne allerede fra begyndelsen har en idé om, hvordan de skal få en praktikplads inden for det pågældende fag. Hvordan traditionerne er for at søge. Igen handler det om at eleverne har et stort ønske om fra starten, at blive accepteret og føle sig inkluderet i det faglige fællesskab. Eleverne oplever ofte at lærerne tegner et **ensidigt** billede af, hvordan man **bør søge** i forhold til det, der er **kutyme indenfor branchen eller faget**.

” Man skal ringe rundt til forskellige virksomheder og høre om de har plads til en elev.

Jeg har ikke ringet endnu fordi min lærer siger, at der ikke er elevpladser lige nu. Så jeg går bare og venter på et 'GO' fra skolen.



Derfor spiller **lærerne** på erhvervsskolerne en betydelig rolle. Data beviser vigtigheden i, at lærerne skal skærpe sin bevidsthed omkring, **hvilke fortællinger de ønsker skal adopteres af eleverne**, og hvilke man ønsker at ændre. Det kan nemlig blive en selvopfyldende profeti, at der ikke er praktikpladser på bestemte tidspunkter eller i bestemte brancher.

Succeskriterier og velvilje afhænger af branche

Eleverne har en stor **lyst** til at finde en praktikplads, og **velvilje** til at bruge de rigtige strategier i ansøgningsprocessen. Samtidig bestræber langt størstedelen af informanterne sig på, at kunne bidrage som en **egentlig ressource i virksomheden**. Der er dog stadig en mindre gruppe informanter, der forventer at virksomhederne eller skolen, aktivt vil hjælpe på vej med at få en praktikplads.

De fagspecifikke traditioner, der gør sig gældende inden for de respektive fag, er afgørende for elevernes følelse af at være **aktivt søgende, ansvarsbevidst og vigtig**. Dem, der ser de branchespecifikke ansøgningsmetoder som aktive og målrettede, føler et **større eget ansvar for at få en praktikplads**. De ser endvidere flere muligheder for at skabe sin egen 'stilling'. De elever der uddanner sig inden for brancher, der har tradition for eksempelvis at slå stillinger op, føler sig mere passive i deres praktikpladssøgning, og er afventende på virksomhedens adfærd. Denne gruppe elever er også mere **tilbageholdende med at vurdere succeskriterier for uddannelsen** generelt set. For begge målgrupper er det **vigtigste succeskriterie nemlig en praktikplads**.

Jeg skal inspirere og blive inspireret

Nærværende analyse viser, at elevernes forventninger til en praktikplads først og fremmest er at **lære noget**. Informanterne referer til praktikpladsen som det sted, hvor de skal lære eksempelvis at blive en rigtig salgsassistent, tømrer eller kok. Det er ikke noget eleverne anser som muligt at lære på skolen. Dette tema behandles yderligere i næste kapitel om virksomhederne, set med elevernes øjne. Det står også centralt, at eleverne håber at kunne bidrage med **inspiration** til virksomheden. De forventer ikke nødvendigvis at kunne dette, men de håber på at kunne give noget igen til virksomheden. Samtidig forventer de, at virksomheden vil inspirere eleven selv til at **gøre tingene anderledes** end det læres på skolen. Eleverne betragter altså forholdet som **gensidig sparring og dygtiggørelse inden for faget**. Særligt de voksne unge, betragter sig selv som ekstra bidragsydere til en virksomhed, hvor de unge er lidt mere ydmyge i deres forventninger om, hvad de skal bidrage med i hverdagen på en praktikplads.



Kapitel 8

Mit bidrag til virksomheden

I dette afsnit bliver du klogere på elevernes opfattelse af virksomhederne og samspillet mellem lærling/elev og virksomhed. Ud over at inspirere og blive inspireret rent fagligt, så er der også en række andre punkter, hvor eleverne forventer at kunne bidrage til virksomheden eller få noget igen af dem. Dette behandles under de respektive punkter i dette kapitel.

JEG FORUDSER VIRKSOMHEDENS BEHOV
KULTURTILEGNELSE
VIRKSOMHEDENS ANERKENDELSE
MIN IDENTIFIKATION

Jeg forudser virksomhedens behov

Ifølge data mener eleverne selv, at det vigtigste at kunne som lærling/elev er, at være i stand til at **forudse virksomhedernes behov**. Der er konsensus hos informanterne, **uafhængig** af deres egen alder, om at de **ældre elever er bedre rustet til at forudse behov i hverdagen i en virksomhed**. Informanternes begrundelse herfor er en forventning om, at de har større erfaring med at være i et job og forstå hvad det kræver.

” Jeg tænker, at jeg vil spille på, at jeg er god til at se, hvad det næste skridt er. Altså, i stedet for at hive telefonen op af lommen, så lige **gribe kosten og feje, så vi er klar til det næste**. Og der kan man altså godt se, at de helt **unge**, de slet ikke er vant til at se, hvad der kommer som det næste. **De står og venter på at læreren siger, hvad vi skal gøre.**

Og det er jo slet ikke sådan man arbejder ude i virksomhederne.



Kulturtilegnelse

Den generelle forventning til, hvad man som lærling/elev selv får igen ved at have en praktikplads er:

Indsigt og oplæring i den kultur der gør sig gældende indenfor branchen eller faget

Data viser, at dette er en af elevernes vigtigste forventning til en praktikplads. At blive oplært i, **hvordan man gebærder sig i det fag man uddanner sig indenfor**. For de elever der forventer at få en praktikplads i et fag, hvor der er tradition for at have en klar hierarkisk opdeling, gælder det også at de har en forventning om, at skulle **lære at finde deres plads i hierarkiet**. På den måde beskriver en stor gruppe informanter, at det at kende sin plads kan være tilfredsstillende for at føle sig accepteret og inkluderet - både i virksomheden og i faget.

En række informanter sammenligner det med militæret, hvor der kan være en vis **tilfredsstillelse og ro** ved at kende sin plads i hierarkiet, således at man blot skal **koncentrere sig om at udføre sine opgaver**, finde rutinen heri og dygtiggøre sig.

Informanterne beskriver virksomheden som den unikke mulighed for at lære dette. Også selvom det ikke handler om brancher med et forudbestemt hierarki. **Essensen er, at kunne lære hvordan man forholder sig til sin arbejdsplads, eventuelle kunder, tværfagligt samarbejde og ikke mindst til de helt basale hverdagsstrukturer som man skal lære at passe ind i.**

Virksomhedens anerkendelse

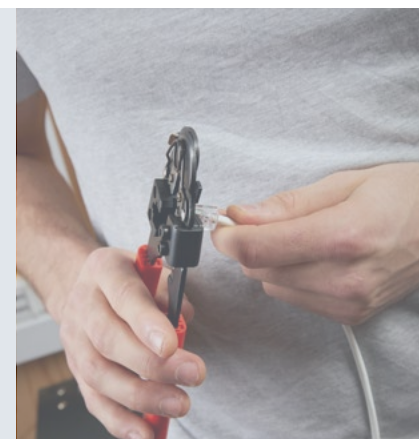
Af analysen fremkommer det, at informanterne har et udpræget behov for at blive **anerkendt** og **rost** for det arbejde, de udfører. Der ses tydelige mønstre i jagten på anerkendelse fra informanterne. Det er et behov, der kobles sammen med en af de vigtigste begrundelser for at vælge en erhvervsuddannelse. **Et behov for at skabe noget konkret** - enten i form af en konkret opgaveløsning eller udførelsen af et konkret produkt. Der identificeres et udpræget behov for at opnå anerkendelse herfor. Derfor viser data at:

Eleverne måler deres
succes på
virksomhedens
anerkendelse

Informanterne betragter først uddannelsen som **suksessfuld**, når de har en praktikplads. Men ligeså vigtigt er det for eleven, at virksomheden anerkender vedkommende som en egentlig ressource, og at man som lærling/elev får lov til at udføre **tilfredsstillende opgaver i virksomheden**. Når alt dette er opfyldt, oplever eleven sig som rigtig **suksessfuld** og **værdig**. 49 % af informanterne har valgt deres uddannelse, blandt andet fordi de ved, **hvad de gerne vil arbejde med**. Dette understøtter informanternes behov for allerede fra begyndelsen at være på vej mod målet - nemlig at beskæftige sig med det de ønsker at arbejde med.

” (...) hvis man kommer ud til mester og han bare siger **“det er sku i orden, det du har lavet der”**.

Det er jo det man gerne vil. Og det er der ikke andre end din **arbejdsgiver** der kan. Altså gøre dig stolt, hvor du virkelig føler du har **gjort en forskel**.



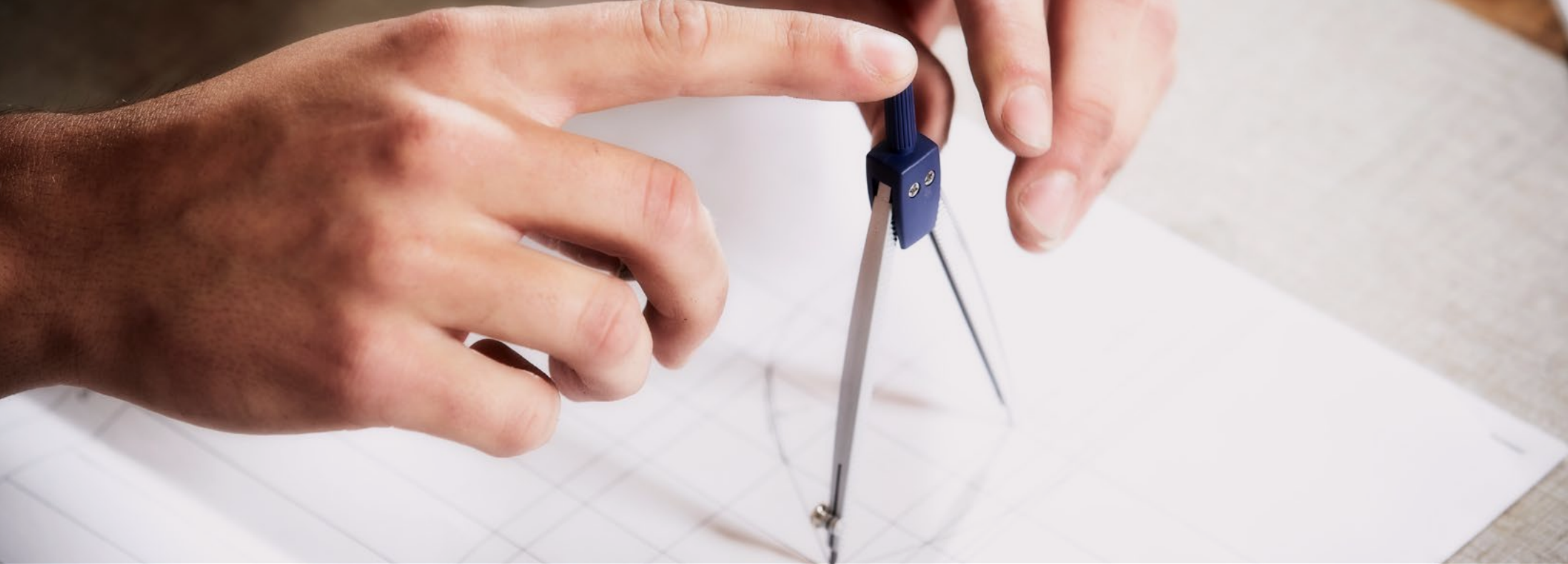
Min identifikation

Som tidligere nævnt er der forskellige symboler som eleverne kobler deres identitet sammen med. Men det er selvsagt ikke artefakter og beklædningen i sig selv, men nærmere fordi at objekterne symboliserer virksomhederne og elevens tilknytning til virksomheden og arbejdsmarkedet. Eleverne sætter en stor dyd i at være en del af en virksomhed. Det er mindre vigtigt for eleverne, hvilken type virksomhed de kommer ind i. Det handler mere om, at kunne **identificere** sig med de øvrige medarbejdere i virksomheden og dermed føle, at man er **på vej mod det, der er målet** med at tage uddannelsen. Nemlig at få en stabil hverdag, hvor eleven kan opnå glæde i tilværelsen.

” Jeg vil sætte alt over styr for en elevplads. Det **skal** kunne lade sig gøre. Jeg håber det ihvertfald.
(...)
Jeg tror først jeg føler at jeg er **rigtigt igang**, når jeg har fået min elevplads.

Jeg har jo slet ikke en uddannelse, hvis jeg ikke har en elevplads.





Kapitel 9

Min opfattelse af skolepraktikken

I dette kapitel får du indblik i målgruppens opfattelse af skolepraktikken. Dette giver dybdegående indsigt i, hvilket ry og omdømme skolepraktikken har blandt eleverne allerede ved uddannelsesstart. I erhvervskolesystemet forkortes og omtale skolepraktikken ofte 'SKP'. Dette er ikke brugt i denne rapport, da kun få elever ved, hvad SKP er. Ingen af informanterne bruger selv SKP. Rapportens termer afspejler altså elevernes sprogbrug i dette henseende.

SKOLEPRAKTIKKEN ER IKKE PRAKTIK
STRUKTUREL BLINDGYDE
SKOLEPRAKTIK-TYPEN

Skolepraktik er ikke praktik

” Jeg skal finde en praktikplads. Det er helt sikkert. Jeg skal ikke sidde i skolepraktikken og glo. Så tror jeg hellere jeg finder en anden uddannelse.

Hvis jeg ikke får noget nu, hvordan skulle jeg så få et job senere hen? Nej, så finder jeg nok noget andet at tage mig til.



Allerede fra begyndelsen af uddannelsesforløbet har informanterne en **forudindtaget** holdning til skolepraktikken. Det er en oplevelse af, at skolepraktikken ikke er vejen til at lære sit fag hverken fagligt eller kulturelt set. Den historie eleverne har fået fortalt, og som de bidrager til at viderefortælle er, at:

Skolepraktikken er et system der lukker sig om sig selv

Opfattelsen er altså, at skolepraktikken er en tænkt og konstrueret hverdag, der ikke betragter problemstillinger i den virkelige verden, men blot er for at få tiden til at gå.

Det bliver over mit lig

Generelt set deler eleverne sig i to grupper:

- Dem der siger, "skolepraktik vil jeg meget gerne undgå".
- Dem der siger, "skolepraktik kommer aldrig til at ske".

Dem, der gerne vil undgå det, er mere løsningsorienterede og mønsteret viser, at det også ofte er dem, der har en tendens til at være mere passive i deres søgestrategi. De venter lidt mere og ser tiden an i forhold til hvilke muligheder, der byder sig.

De informanter, der tager **helt afstand** fra skolepraktikken, er også en del af den gruppe informanter, der er mere **aktivt** og **målrettet** søgende. De kæmper til sidste tåre for at få en praktikplads, således at de i følge dem selv rent faktisk bliver uddannet, det de ønsker, fordi skolepraktikken ikke betragtes som en egentlig praktik.

” Ej, jeg vil simpelthen ikke sidde **nede** i skolepraktikken og bare skulle have tiden til at gå med en masse, der **ikke engang gider lære noget**. Og som kommer for **sent** hver morgen. Det er jo heller ikke sådan det vil foregå senere i en arbejde.

Nej, skolepraktik det bliver altså over mit lig.

(...)

Ja, sådan har jeg det virkelig, det skal jeg ikke! **Så dropper jeg nok ud.**



Strukturel blindgyde

Af analysen fremkommer det endvidere, at skolepraktikken kobles sammen med særligt to karakteristika:

Dårlig læring

Ringe indtægt

Forventningen om at skolepraktikken medvirker til dårlig læring af faget, viser tilbage til den føromtalte oplevelse af, at skolepraktikken ikke kan lære eleverne de kulturelle kodeks, der er i faget. En lang række informanter forventer, at opgaverne i skolepraktikken er **tænkte eksempler og arbejdsopgaver**, der ikke har hold i virkeligheden. Dette kobles endvidere sammen med en forventning til, at det er en bestemt type elev, man finder i skolepraktikken. Dette behandles yderligere i det kommende afsnit.

Forventningen fra informanterne er endvidere, at skolepraktikken medfører **ringe indtægt**. Dette er dog et faktum, der har hold i virkeligheden. Skolepraktikken giver en lavere indtægt end hvis eleven har en praktikplads. Fra adfærdsanalysens delrapport, august 2020, ses det at en væsentlig drivkraft for at vælge en erhvervsuddannelse er stabil indkomst. Der er i denne forbindelse argumenteret for, at størrelsen af indtægten ikke er af særlig betydning. Det vigtigste er **stabiliteten** i det.

Nærværende analysefund viser dog, at indtægten godt kan blive **for lav**. Men det handler mere om, at **indtægten i skolepraktikken ikke er tilsvarende og retvisende i forhold til det, der kan forventes efter endt uddannelse**. Der er imidlertid en større gruppe informanter, der allerede har haft en indtægt og etableret et liv, der kræver en vis stabilitet i denne indtægt. For dem er det væsentligt at kunne opretholde levestandarden, og derfor beskriver de også den lave skolepraktikindkomst, som en betydelig faktor for at overveje at droppe uddannelsen, såfremt de ikke finder en praktikplads.

Jeg kommer aldrig videre

Der er skabt en fortælling om skolepraktikken, der kredser om, at det er en **strukturel blindgyde**. Informanternes forestilling er allerede fra begyndelsen, at skolepraktikken er et system, der lukker sig som sig selv. Forventningen er, at den dårlige læring og den ringe indtægt vil resultere i, at man aldrig kommer videre. Tankerne er: **'hvis jeg først starter i skolepraktik, så kommer jeg aldrig videre'**. Informanterne anser det for at være regenererende i henhold til de negative strukturer de forventer at lande ind i. Størstedelen af informanterne forventer heller ikke at en kommende arbejdsgiver vil ansætte én - hverken i en praktikpladsaftale eller senere i en fast stilling.



Skolepraktik-typen

En del af det særlige ry der er omkring skolepraktikken, handler også om informanternes forestilling om, hvem skolepraktikeleverne er. **Der er en klar forventning om, at det er en særlig type elever der ender her.** Forestillingen er, at det er eleverne i skolepraktikken, der også bidrager til at **regenerere den føromtalte blindgyde**, hvor den dårlige læring fortsætter på baggrund af en **dårlig indstilling** til, hvad man skal udrette i sin hverdag i skolepraktikken. I den forbindelse forventer en meget stor gruppe informanter, at:

Skolepraktik-typen
er doven

Skolepraktik-typen
mangler interesse
i faget

Data viser, at dette er den overordnede fortælling om de elever, der er i skolepraktik. Dette er udelukkende informanternes **oplevelse ved begyndelsen af GF2**. Data viser ikke, hvordan eleverne betragter skolepraktikken, når de er længere henne i forløbet, og eventuelt selv er i skolepraktik. Derfor handler dette udelukkende om den **forudindtagede forestilling om skolepraktikken**. Det vurderes dog, at denne information er af høj relevans, da det siger noget om skolepraktikkens ry og omdømme, og også kan indikere, hvad det er for et **mærkat, skolepraktikeleverne føler at skulle have på sig under deres skolepraktik**. Det henviser altså til en gængs samfundsopfattelse af, hvad skolepraktik er og hvem der er der.

Sektion 3

Komparativ adfærdsanalyse

Virksomhed, elev og skole

Når du har læst denne sektion, er du klogere på, hvordan virksomhedernes forventninger, adfærd og oplevelser spiller sammen med elevernes adfærd, og skolernes måde at gøre tingene på.

Sektionens karakter

Nærværende sektion er en komparativ analyse. Det vil sige, at de analytiske fund fra virksomhedsdelen af undersøgelsen **sammenholdes** med elevdelen og omvendt. De tematiseringer, der gør sig gældende på tværs af undersøgelsen, bliver her trukket frem. I og med at alle relevante analysefund er gennemgået løbende, vil der ikke være en egentlig gennemgang af hver tematisering. Denne analysedel er en **fortælling om sammenhænge på tværs**. Der vil løbende henvises til de kapitler som sammenligningen refererer til, så du kan læse ind i de nærmere detaljer for det pågældende mønster.

Bedste udbytte af praktikpladssøgning



Som analysen viser i kapitel 6, så har **kvinder** og unge voksne **over 25 år** mere tendens til at forvente at bruge **passive ansøgningsstrategier** til at få en praktikplads. Når virksomhedernes adfærd og forventninger derimod orienterer sig mere mod at eleverne anvender de mere aktive søgestrategier, så kan det eventuelt **forklare, hvorfor færre kvinder og unge voksne over 25 år har en praktikplads**. Uanset viser analysen på tværs af elever og virksomheders data at den mest **effektive måde at få en praktikplads på er ved at anvende de målrettede søgestrategier**. Af kapitel 3 fremgår virksomhedernes foretrukne ansøgningsstrategier. Som tidligere nævnt kan analysefundet bunde i fagforskelle i forhold til traditioner for tidspunktet for at ansætte lærlinge/elever og i forhold til fag med henholdsvis mange mænd og mange kvinder. Dog fremkommer her en signifikant sammenhæng mellem **forventet ansøgningsstrategi, foretrukken ansøgningsstrategi og strategien med bedst udbytte**. Dette, sammenholdt med tendenser til hvem der tidligt har praktikpladser, viser en sammenhæng.

Til gengæld viser data og analysen i kapitel 3 også, at jo større virksomhederne er, des mere tilbøjelige er de til at ansætte lærlinge/elever gennem de passive ansøgningsstrategier. Derfor vil elever, der benytter de knap så proaktive ansøgningsstrategier, muligvis øge sine chancer for en praktikplads, jo større en virksomhed de søger i.

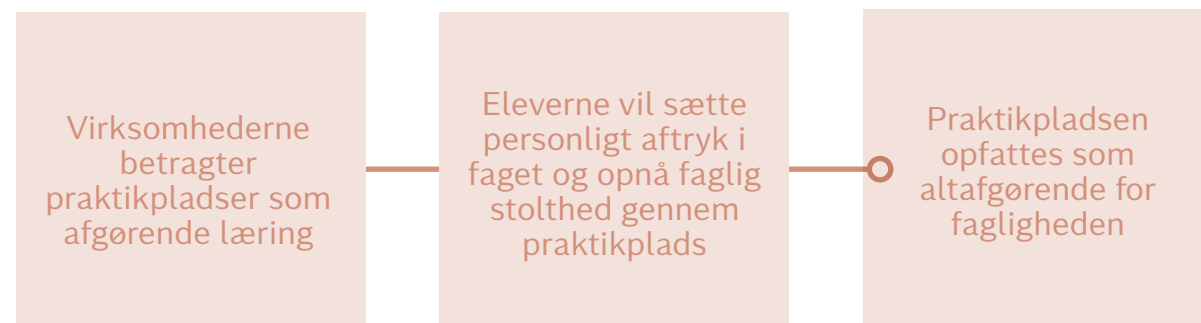
Faglig stolthed i faget

Et gensidigt anerkendelsesforhold



Når både virksomheder og elever anser praktikpladsen som et forhold med **gensidig anerkendelse**, så er der god overensstemmelse mellem deres respektive forventninger. **Ingen** af parterne opfatter praktikpladsen som et sted med envejs læring. Begge parter er indstillet på både at **give** og **tage**.

Praktikpladsen - altafgørende for faglig læring



Der er generel konsensus på tværs af virksomhed og elev om at den **essentielle faglighed kun opnås gennem en praktikplads**. Dette analysefund viser også tilbage til, at hverken virksomheder eller elever anser skolepraktikken for at være attraktiv.

Én gang skolepraktik, altid skolepraktik

Af kapitel 9 fremgår mere dybdegående analyser af elevernes opfattelse af skolepraktikken. Virksomhedernes opfattelse af skolepraktikken stemmer overens med elevernes fordomme herom. Derfor mener mange virksomheder heller ikke, at elever fra skolepraktikken er ligeså motiverede til at arbejde som de elever, der søger tidligt i uddannelsesforløbet. **I følge virksomhederne er luften sevet ud af ballonen, når først eleverne starter i skolepraktikken.**

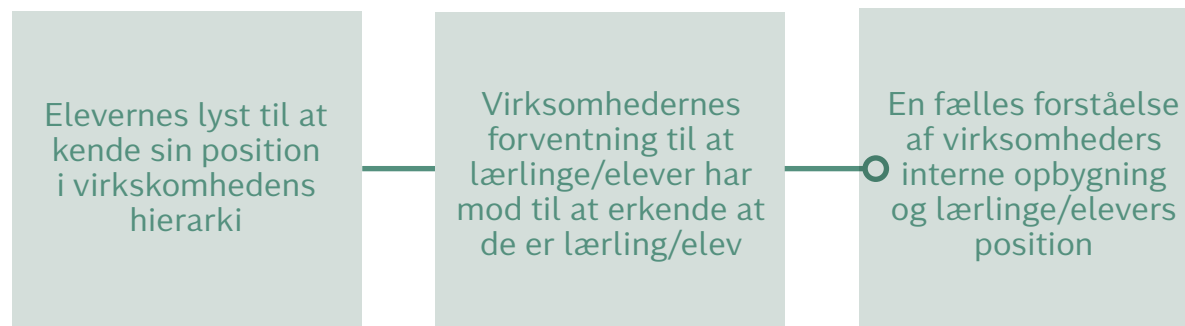


Når fordommen, som eleverne kommer med allerede fra uddannelsesstart er, at eleverne i skolepraktikken er **dovne og mangler interesse** for faget, så konflikter det med virksomhedernes forventninger til, hvad en lærling/elev skal. Analysen i kapitel 2 viser, at virksomhederne overordnet set mener, at det er vigtigt at lærlinge/elever har lyst til at arbejde og lyst til at lære. Derfor opstår der en **barriere** i virksomhedernes forventninger til, hvad en lærling/elev skal drives af, og hvad den gængse samfundsmæssige opfattelse er af skolepraktikelever. **Data viser, at dette kan resultere i, at virksomhederne er tilbageholdende med at ansætte lærlinge/elever, der er i skolepraktik.**

Der identificeres dog en tendens til, at virksomhederne kan finde skolepraktikeleverne mere attraktive, såfremt **skolen matcher den pågældende skolepraktikelev med virksomheden**. I tråd med analysefund i kapitel 4 der viser, at virksomhederne foretrækker et samarbejde med lærerne på skolerne, så anser de også i denne kontekst **lærerne for at være mest kompetente til at kunne matche elev med virksomhed**.

Hierarki

Fælles forståelse af intern opbygning og positionering



Det fremgår af kapitel 2, at virksomhedernes forventninger til den gode lærling/elev ligger i forestillingen om, at vedkommende har lyst til at **arbejde** og lyst til at **lære**. Dette, mener informanterne, skal ske gennem elevernes **mod til at erkende, at de er lærling/elev**. Derfor forventer virksomhederne også, at lærlinge/elever er ydmyge i forhold til deres position i virksomheden. Samtidig viser analysen i kapitel 8, at eleverne har udtalt lyst til at kende deres plads i virksomhedens hierarki. Dette skaber en fælles forståelse for, at lærlinge/elever har en **bestemt position i virksomheden. To forventninger der stemmer overens med hinanden.**

Hvad der dog ikke tyder på at være konsensus om er, hvorvidt lærlingen/eleven affinder sig med at have denne position. Virksomhederne oplever nemlig ofte, at **lærlinge/elever ikke er bevidste om, eller villige til at indtage rollen som den lærende**. De oplever ofte, at lærlinge/elever forventer at være på lige fod med de øvrige ansatte, **og ser heller ikke sig selv som mindre vidende**. Udover at virksomhederne forventer, at lærlinge/elever indtager den tiltænkte position i virksomheden, så viser data også, at **virksomhederne har et stort ønske om at gøre op med gamle manifesterede og indgroede hierarkier**. Dette gør sig særligt gældende inden for de fag, hvor der traditionelt set er en klar opdeling mellem lærling/elev og øvrige ansatte. Eksempelvis brancher inden for **de tekniske uddannelser**, hvor der eksempelvis i et sjak er klare forventninger til den hierarkiske opdeling. Derfor er det også meget branchespecifikt og traditionsbundet. Generelt set identificeres der dog tendenser til, at virksomhederne ønsker at **gøre op med** de helt traditionelle arbejds-hierarkier, hvor lærlinge/elever kun varetager de opgaver, som ingen andre vil varetage. Ifølge virksomhederne skaber dette nemlig **ikke optimal læring for eleverne, og sikrer derfor heller ikke kompetent arbejdskraft i branchen fremadrettet.**

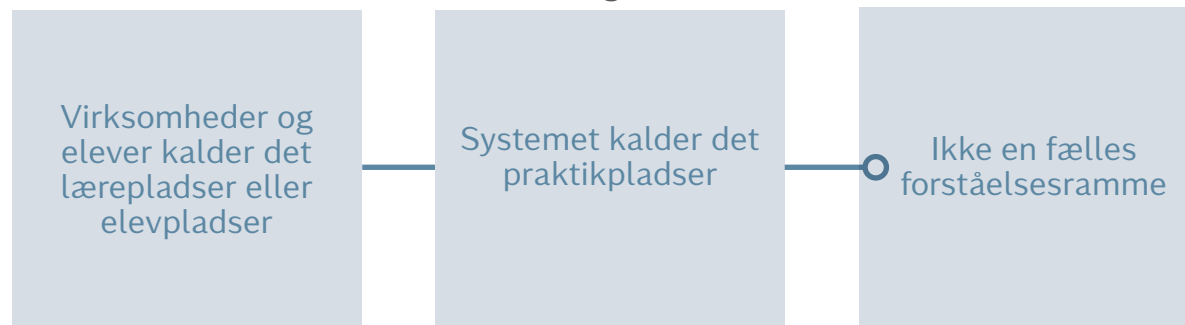
Uoverensstemmelse mellem reelle handlinger



Virksomhederne ønsker at inddrage lærlinge/elever i det daglige arbejde, og **lade dem indgå i arbejdsfordelingen på lige fod med de øvrige ansatte**. Dette handler om den interne opdeling i virksomheden. Men virksomhederne har dog stadig en forventning om, at lærlinge/elever har lysten til at lære og tilegne sig viden fra de øvrige ansatte. Samtidig forventer eleverne, at det er vigtigt at kunne **forudse virksomhedens behov**. Dette fremgår af kapitel 8. Hermed har virksomhederne og eleverne en fælles intention om at gøre op med den klassiske arbejdsfordeling. Eleverne i form af at kunne forudse hvad det næste skridt i arbejdsprocessen er, og hermed **tage ansvar i det daglige arbejde**. Virksomhederne i form af at tilbyde opgaver, der skal løses i **fællesskab** i virksomheden, og ikke kun er tiltænkt lærlinge/elever. Dog udfordres denne fælles intention, når virksomhederne oplever, at eleven ikke er villig til at betragte sig selv, som den lærende, men snarere betragter sig som en, der skal lære virksomheden og de øvrige ansatte noget. Derfor er der en fælles forståelse for, hvad det kræver i forholdet mellem lærling/elev og virksomhed. **Der er dog ikke en overensstemmende oplevelse af, hvordan det foregår i praksis.**

Praktikplads, læreplads eller elevplads

Uoverensstemmelse mellem reelle handlinger



Lige såvel som elever og virksomheder ikke kalder skolepraktikken SKP, så bruger de heller ikke ordet '**praktikplads**'. Når systemet bruger ordet 'praktikpladser', så er det et udtryk for en **systemtænkning**. En tænkning, der **arbejder i en anden retning** end virksomhedernes og elevernes opfattelse af lære-/elevpladser. Virksomhedernes ordvalg bunder i **kulturelt manifesterede koder** inden for de respektive fag. Det er **koder, der understøtter og signalerer en faglig stolthed**. Eksempelvis vil en administration aldrig ansætte en kontorlærling, og en murer vil aldrig ansætte en murerelev. Indenfor de respektive fag er der **identitet** i at være enten elev eller lærling. Ligeså er der identitet i at have en læreplads eller elevplads. Det handler om, hvad **virksomhederne og dermed også eleverne, vil identificeres med**. Når systemet bruger 'praktikpladser', står eleverne dermed imellem **virksomhedernes manifesterede forestillinger** om, hvad en læreplads eller elevplads er, og **systemets krav og procedurer** i forbindelse med søgning af praktikplads.

Det stiller eleverne i en situation, hvor de skal navigere i systemet, som er en sort boks, samtidig med at de skal navigere i krav og forventninger fra virksomhederne, som skal opfyldes for at få en læreplads eller elevplads.

Kvantitative rådata

Af den medfølgende bilagsrapport fremgår al rådata fra de to kvantitative undersøgelser. Først fremgår data fra **elevundersøgelsen med 3.284 informanter**, dernæst fremgår data fra **virksomhedsundersøgelsen med 4.061 informanter**.

Data i bilagsrapporten er **uredigeret** og **ukommenteret**. Samme data er anvendt i analysedelene, hvor centrale findings er trukket frem og analyseret i samspil med den kvalitative data.

Skoler der har deltaget i undersøgelsen:

Campus Vejle
CELLF
College 360
EUC Lillebælt
EUC Nord
EUC Nordvest
EUC Sjælland
EUC Syd
HANSENBERG
Herningsholm
Hotel- og restaurantskolen
IBC
Jordbrugets uddannelsescenter
Kold College
Learnmark
Mercantec
NEXT
Rybners
Svendborg Erhvervsskole
Syddansk Erhvervsskole
TEC
TECHCOLLEGE
Tietgen
Tradium
UC Holstebro
UC Ringkøbing Skjern
Unord
Viden Djurs
ZBC
Aarhus Business College
Aarhus Tech
Aalborg Handelsskole



Billeder i rapporten er venligst udlånt af:
Syddansk Erhvervsskole
Tradium
ZBC

Styregruppen for projektet består af:

Anne Louise Mikkelsen, HANSENBERG
Dorte Wihre, Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier
Elisabeth Damkjær, Learnmark
Jakob Nørgaard Hansen, Svendborg Erhvervsskole
Lars Havelund, Syddansk Erhvervsskole
Lizette Yde Frederiksen, Rybners
Lotte Waltersdorff-Lassen, Aarhus Tech
Marianne Marie Andersen, ZBC
Trine Breyt Joensen, NEXT
Ulrik Vosgerau, Tradium

Undersøgelsen er udført af:

Ann-Sophie Frohmé Schultz
Projektkonsulent, sociolog
Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier
asfs@sde.dk

Projektledelsen er varetaget af:

Trine Kynde Hovad
Kvalitetsskonsulent
Syddansk Erhvervsskole
tkh@sde.dk



danske

ERHVERVSSKOLER
OG -GYMNASIER

Praktikpladsrapport januar - september 2020

Ved Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier.
I samarbejde med 32 erhvervsskoler i Danmark.