



”Implementering af det nye AMU-koncept på bygge- og anlægsområdet”

Efteruddannelsesudvalget for Bygge / Anlæg og Industri

Projektnr.: 106694

Pulje: AMU03 Den tværgående udviklingspulje



Forord

Ingen kæde er stærkere end et svageste led! – En påstand som bekræftes, når man læser denne rapport om implementering af ”det nye AMU”.

Rapporten konkluderer, at konceptet ”det nye AMU” på en række områder lever op til sin målsætning og rummer en høj og helt tilfredsstillende grad af fleksibilitet, idet der er udviklet og løbende udvikles uddannelser, der stort set kan tilgodese brugernes udtrykte behov. Hertil kommer, at uddannelserne kan gennemføres, hvor som helst og når som helst brugerne ønsker det.

De svage led i kæden viser sig ifølge rapporten at være forhold om oplysnings- og rådgivningsindsatsen samt forsyningsikkerheden.

Det konkluderes således, at det generelle kendskab til AMU hos målgruppen (og til dels på skolerne) er for begrænset, og i det omfang virksomhederne og deres ansatte kender AMU, er deres viden ofte misvisende. Det skal dog nævnes, at de virksomheder og ansatte, der har ajourførte erfaringer med AMU, faktisk omtaler AMU positivt. Der synes således at være behov for løbende og grundlæggende information om og markedsføring af uddannelsesmulighederne i AMU overfor erhvervslivet, så uddannelsesstederne i den lokale dialog med virksomheder og ansatte ikke behøver at ”starte for fra”, hver gang de kontakter en virksomhed om AMU.

Selvom konceptet rummer mange muligheder for uddannelse, synes forsyningsikkerheden endnu ikke i tilstrækkeligt omfang at være til stede. For mange oplever aflysninger eller erfarer, at det kursus de ønsker at deltage på slet ikke udbydes. Det er der flere både praktiske og økonomiske årsager til. Her skal blot nævnes skolernes manglende fokus på AMU og et mangelfuldt skolesamarbejde. Derfor bør AMU-systemer i højere grad kunne sikre, at der på skolerne er incitamenter til at optimere leverancesikkerheden til ansatte og virksomheder.

Rapporten viser, at implementeringen af AMU forløber, men at der stadig er meget, der kan og bør gøres, så dette enestående nationale uddannelsesstilbud kommer ud til og bruges af mange flere end tilfældet er, til gavn for den enkelte og dennes mobilitetsevne og til gavn for virksomhederne og deres udvikling.

Efteruddannelsesudvalget for bygge/anlæg og industri



Undersøgelsen er finansieret af Undervisningsministeriet på foranledning af Efteruddannelsesudvalget for bygge/anlæg og industri (BAI).

Rasmus Zier Bro har haft ansvaret for projektets gennemførelse. Vi takker Karen Skipper, EUC Sjælland, Åge Staghøj, Vitus Bering Danmark samt Henriette Kolby og Bente Zaar Nielsen, Aalborg Tekniske Skole, som har forestået projektgennemførelsen indenfor "Projektering, sagsbehandling, registrering og teknisk salg". I projektdelen, som omhandler "Isolering af tekniske anlæg" retter vi en tak til Flemming Rasmussen, AMU-Syd, Jørgen Rasmussen for opsøgende arbejde og EUC Nordvestsjælland samt virksomheder, der har givet interview.

Rapporten er udarbejdet af Rasmus Zier Bro og Birgitte Gruhm-Schwensen

Juli 2007
Bill de Place

Indledning	2
Organisering, metode og forløb.....	3
Skolernes bidrag.....	5
Kontakt til virksomheder - det opsøgende arbejde	8
Daglig drift og langsigtet kompetenceudvikling	10
Skolernes strategiske arbejde med AMU	13
Hæmmende og fremmende faktorer for implementering af nyt AMU- koncept	18
Konklusion og anbefalinger	20

Implementering af det nye AMU-koncept på bygge- og anlægsområdet

Indledning

Med indførelsen af det nye AMU-koncept er dialogen mellem uddannelsesinstitutionerne og brugerne kommet i fokus. Mange virksomheder er ikke opmærksomme på, hvilke nye muligheder AMU rummer, og det er derfor relevant at belyse hvilke barrierer, der er for at implementere konceptet og hvilke fremmede faktorer, der kan understøtte implementeringen.

Baggrund for projektet

Voksen- og efteruddannelsesreformen (VEU) 2001 udstak nye rammer for arbejdsmarkedsuddannelserne (AMU). Reformen blev afsluttet i 2004, hvorefter implementeringen blev igangsat. Der er med reformen lagt stor vægt på behovsafdækning, brugerrelationer og udbud.

På baggrund af den nye AMU-lov og behovet for at implementere det nye AMU-koncept, ønskede BAI at gennemføre et projekt som udviklede metoder og redskaber til udbud af kurser og samarbejde om anvendelsen af fælles kompetencebeskrivelser (FKB). Projektet skulle fokusere på forhold vedrørende markedsføring, rådgivning, samarbejde og kommunikation mellem skoler, udvalg og virksomheder. Det nye AMU-koncept lægger op til en decentralisering med forskydningen fra nationalt niveau og efteruddannelsesudvalgenes styring til at give institutionerne en større autonomi og et større lokalt placeret ansvar. Med forankringen af ansvaret for implementeringen hos de lokale parter er efteruddannelsesudvalgenes rolle skiftet fra at være kontrolpræget til i højere grad at understøtte de lokale processer. Dette projekt er et eksempel på dette.

Projektets formål

Projektets overordnede formål har dels været at støtte og styrke implementeringen af det nye AMU koncept på bygge- og anlægsområdet på udvalgte institutioner, dels at afdække hvilke hæmmende og fremmede faktorer, der gør sig gældende i forbindelse med den konkrete implementering.

Fagligt fokusområde

Det er valgt at tage afsæt i to FKB (bilag 1):

"Projektering, sagsbehandling, registrering og teknisk salg" (nr. 2645)

"Isolering af tekniske anlæg" (nr. 2644)

Disse repræsenterer forskellige FKB-typer inden for BAI's område, hvorved de er dækkende for en stor del af de implementeringsopgaver, som er til stede på hele bygge- og anlægsområdet samt på AMU-området generelt. Endvidere er de to valgte FKB-typer så indbyrdes forskellige, at det er muligt at belyse en del af den spændvidde der er inden for BAI's område.

Organisering, metode og forløb

Projektet er finansieret af Uddannelsesstyrelsen. Organisationerne Teknisk Landsforbund og Dansk Byggeri har sammen med BAI udgjort en styregruppe for projektet. Det praktiske ansvar for projektets gennemførelse, herunder sekretariatsbistand har været placeret i BAI.

Som udgangspunkt ønskede BAI at gennemføre en række lokale projekter på de syv institutioner, der er godkendt til de pågældende udbud.

FKB Projektering, sagsbehandling, registrering og teknisk salg, som skulle involvere fem skoler, i den første fase af projektet, viste sig vanskeligt. Der kunne først afholdes et første møde i november 2005, og på baggrund af dette møde afventede BAI stadig tilbagemeldinger fra skolerne om hvem, der ville deltage i projektet foråret 2006. Odense Tekniske Skole og Københavns Tekniske Skole meddelte i januar/februar 2006, at de ikke så sig i stand til at indgå i projektet. Det endte med indgåelse af kontrakter med tre skoler i marts 2006. BAI vurderede, at de nye uddannelsesmål på teknikerområdet, som blev klar i midten af 2006, ville bidrage til skolernes interesse og fokus på området.

Indenfor *Projektering, sagsbehandling, registrering og teknisk salg* har Aalborg Tekniske Skole, Vitus Bering Danmark og EUC Sjælland deltaget.

Som inspiration til skolerne udarbejdede BAI en projektplan for opsøgende virksomhedskontakt (bilag 2). Skabelonen er bygget op

omkring tre faser: *Planlægning af virksomhedskontakt, Rådgivning af virksomheder og input til udvikling af kompetenceafklaringsmateriale og Udvikling af kompetenceafklaringsmateriale, kompetenceafklaring og uddannelsesplanlægning*. I skabelonen er angivet en række temaer og spørgsmål, som dækker de elementer, der skal til før, under og efter virksomhedskontakt, og tanken var, at skolerne efter denne eller en anden model kunne angive aktiviteter, resultater og konklusioner.

Institutionernes afrapporteringer indgår som bilagsmateriale til denne rapport. De tre indkomne rapporter tager alle udgangspunkt i FKB nr. 2645 "Projektering, sagsbehandling, registrering og teknisk salg".

For at dække FKB nr. 2644 "Isolering af tekniske anlæg" har BAI gennemført en række kvalitative interviews med EUC Nordvestsjælland og AMU-Syd, samt virksomheder for at afdække hæmmende og fremmende faktorer i forbindelse med implementeringen. Disse interview har dels suppleret dokumentationsmaterialet, dels perspektiveret institutionernes tilbagemeldinger.

Afvigelse fra projektansøgningen

De erfaringer projektet løbende har genereret, har medført en bevidst ændring af fokus. Udgangspunktet var, at der som en del af projektet ville blive aftalt og afviklet kursusforløb, som kunne evalueres. Hensigten var således at igangsætte, følge, beskrive og evaluere processen fra opsøgende virksomhedskontakt til evaluering af konkrete kursusaktiviteter.

Tyngden og aktiviteten i projektet har helt klart ligget i metoder til dialog og behovsafdækning i virksomhederne, opdyrkning af brugerrelationer og lokal/regional markedsføring af AMU, samt efterfølgende udarbejdelse af relevante tilbud om efteruddannelse.

Projektet har resulteret i aftaler med virksomheder om uddannelsesaktivitet, men evalueringerne af forløbene har ikke kunne inddrages i rapporten, da de endnu ikke er gennemført. Også den fælles markedsføring af uddannelserne vil først finde sin form efter projektafslutningen. Det har endvidere vist sig, at de indledende faser, herunder virksomhedskontakt og indgåelse af aftaler, er af så afgørende betydning for implementeringen - og i sig selv indeholder en række barrierer herfor - at det forekommer relevant at rette fokus på de indledende faser. Der henvises til skolernes bidrag, som er vedlagt som bilag til denne rapport for en nærmere redegørelse af de enkelte

projekter. I denne rapport fokuseres primært på en række fælles problemstillinger i forbindelse med implementering af nyt AMU.

Byggeriets Uddannelser, herunder BAI, har siden 2005 været i en omstillingsproces, herunder etablering af nye hjemmesider. Det har derfor – beklageligvis - ikke været muligt at etablere det webbaserede netværk, som var angivet i den oprindelige projektansøgning. I hele projektfasen har der dog været kommunikeret og koordineret mellem sekretariat, styregruppe og institutioner gennem arbejds møder og e-mail.

Kort om AMU

De kurser, der udbydes i AMU-regi, strækker sig fra certifikatkurser over meget specifikke faglige kurser til mere "bløde" kurser med fokus på udvikling af kursisternes personlige kompetencer. AMU konceptet er i dag meget fleksibelt og kan tilrettelægges, så det styrker den enkeltes kompetencer og/eller de kompetencer, der specifikt er brug for i en given virksomhed. Kurserne kan både være efteruddannelse af faglærte eller første skridt mod en erhvervsuddannelse for kursister, som senere kan få meriteret kurserne i forbindelse med fx et voksenlærlingeforløb. Alt i alt er der mange indgange til AMU og mange muligheder for at benytte AMU i forbindelse med opkvalificering, omkvalificering og faglig ajourføring. De enkelte kurser er korte – typisk mellem en halv dag og tre dages varighed, men kan sammensættes til fleksible uddannelsesforløb, der kan strække sig over flere uger.

Skolernes bidrag

I dette afsnit præsenteres, kortfattet, de tre udviklingsprojekter fra Erhvervs Uddannelses Center Sjælland, Vitus Bering og Aalborg Tekniske Skole. De enkelte bidrag er også vedlagt som bilag til denne rapport, ligesom en del af de problemstillinger, som skitseres i de tre bidrag, behandles andetsteds i denne rapport.

I skolernes bidrag redegøres for de målgrupper, der er udvalgt, samt det udbud af uddannelsesmål, som de har fundet hensigtsmæssige. Det fremgår her, at udbudsstrategien har måttet revideres løbende.

EUC Sjælland

EUC Sjælland bidrag fokuserer i deres projekt på at udvikle en metode til det virksomhedsopsøgende arbejde. I projektet påpeges en række barrierer for dette arbejde, som også vil kunne genfindes senere i denne rapport.

EUC Sjælland arbejder ud fra en målsætning om at være samarbejdspartnere med virksomhederne frem for at være "sælgere af efteruddannelse". Denne tilgang er grundtanken i forbindelse med virksomhedskontakten, og på den baggrund beskrives virksomhedskontakten som en langvarig, og nødvendig proces i forbindelse med etablering af kontakt og samarbejde med relevante virksomheder.

Den konkrete virksomhedskontakt er bygget op om en trefasemodel fra *socialisering til implementering*. I første fase "Socialisering" etableres den indledende kontakt, hvor virksomheden besøges af en konsulent fra uddannelsesinstitutionen. I denne fase introduceres konsulenten til virksomheden og fortæller kort om mulighederne for efteruddannelse og uddannelsesplanlægning.

I 2. fase "Fokusering" deltager konsulenten i et møde med virksomheden sammen med den relevante faglærer. I denne fase gennemgås kursernes faglige indhold og de økonomiske forhold, ligesom hensynet til virksomhedens drift drøftes.

I 3. fase "Implementering" afholder konsulenten et møde med virksomheden. Her besluttet det, om der skal indledes et konkret samarbejde. Den videre proces aftales.

På tværs af faserne benyttes en spørgeteknik med rod i kommunikationsværktøjet Appreciative Inquiry (AI) /værdi-sættende samtale i kontakten med virksomhederne. EUC Sjælland lægger vægt på at møde virksomheden med en positiv og konstruktiv tilgang, der fokuserer på virksomhedens og medarbejdernes styrker og præsenterer efteruddannelsesmulighederne som en mulighed for at gøre virksomheden endnu bedre rustet til nuværende og fremtidige behov.

Konsulenten betragtes som proceskonsulent, som understøtter de tre faser i forhold til det fælles mål; at etablere et samarbejde om målrettet efteruddannelse af virksomhedens medarbejdere. Se endvidere bilag 3.

Vitus Bering Danmark

Har taget kontakt til en række private og offentlige virksomheder. Der var primært tale om allerede etablerede (ofte personlige) kontakter. I afrapporteringen beskriver Vitus Bering Danmark, hvordan virksomhedsbesøgene er blevet afviklet og evaluerer hvert besøg i

forhold til det endelige mål – at blive enige om uddannelsesudbud i AMU-regi.

Vitus Bering gør sig i afrapporteringen en række overvejelser om, hvordan virksomhedskontakten skal etableres og plejes og fremhæver bl.a., at kontakten skal foregå på flere niveauer: Strategisk, taktisk og operationelt.

Der er også meget fokus på, hvordan kontakten foretages og den mest hensigtsmæssige adfærd på besøget. Det er væsentligt, at repræsentanten fra virksomheden får mulighed for at fortælle om virksomheden og de udviklingsbehov, som opleves i virksomheden. Hvis ikke kursusudbyderen opnår et helt klart billede af, hvilke efteruddannelsesbehov, der opleves på de forskellige niveauer, vil der være risiko for at ramme ved siden af de reelle behov, hvilket vil skade den videre kontakt. Se endvidere bilag 4.

Aalborg Tekniske Skole

Aalborg Tekniske Skole valgte at følge BAI's projektskabelon slavisk. Skolens strategi var at kontakte virksomheder med henblik på at få deres kommentarer til relevansen af en række kurser. Virksomhederne blev bedt om at hjælpe skolen med at udarbejde nogle relevante efteruddannelsesforløb. Virksomhedernes respons efter de første møder blev af Aalborg Tekniske Skole brugt til at udarbejde pjecer om efteruddannelsestilbud rettet mod *tekniske forvaltninger, elforsyning, vandforsyning, varmforsyning*. Det er bemærkelsesværdigt, at virksomhederne i høj grad efterspurgte "bløde" kurser snarere end teknisk/faglige kurser. De udarbejdede efteruddannelsestilbud rummer derfor en række "bløde" kurser, såvel som de teknisk/faglige kurser som virksomhederne kunne se relevansen af og ønskede.

I alle tre projekter er der taget afsæt i eksisterende kontakter, hvor det blev skønnet at der kunne være interesse for projektet. Det betyder, at der i forvejen har været en "indgang" til virksomheden. Der er generelt ikke tale om at etablere kontakt og samarbejde med virksomheder eller personer, som konsulent eller faglærer ikke har haft et forudgående kendskab til. Det er forståeligt, at skolerne har brugt denne indgang, men de barrierer, der nævnes i rapporten, må formodes at træde endnu kraftigere igennem i tilfælde, hvor der ikke har været en forudgående kontakt til virksomheden eller repræsentanter derfra. Se endvidere bilag 5.

Kontakt til virksomheder - det opsøgende arbejde

I forbindelse med det opsøgende arbejde har projektdeltagerne lagt stor vægt på overvejelserne om, hvordan der tages indledende kontakt til virksomhederne og bedst skabes dialog mellem institutionen og potentielle brugere om behov for efteruddannelse.

Der er et mønster i den tilgang til virksomhedsdialog som projektdeltagerne har fundet mest givende. Skolen skal hjælpe brugerne med at erkende og formulere det uddannelsesbehov, de har. Tilgangen skal være åben, og først når man i fællesskab har nærmet sig en forståelse af behov, skal man begynde at tale om konkrete kurser. Erfaringen er, at skolerne sjældent får afsat en færdig kursuspakke, som virksomheden ikke har efterspurgt i forvejen. Til gengæld er der en forholdsvis stor lyst og vilje til at tale med skolerne om virksomhedens forretningsområde, situation og aktuelle opgaver, før dernæst at tale om uddannelse. Der er altså en konstruktiv respons på uddannelsesudbudet, som skolerne kan arbejde videre med.

Den personlige kontakt

Udsendelse af kursustilbud eller kursus katalog har tilsyneladende ringe effekt, medmindre det systematisk følges op med personlig kontakt. I det hele taget er den personlige kontakt afgørende i forhold til at få virksomhederne i tale.

De gennemførte projekter har betydet, at institutionerne på forskellig vis har gjort sig overvejelser om, hvordan denne kontakt etableres mest hensigtsmæssigt. Personlige kontakter og netværk spiller positivt ind på samarbejdet mellem uddannelsesinstitutionerne og virksomhederne. I nogle tilfælde eksisterer disse kontakter allerede, og i andre tilfælde skal kontakten etableres og systematiseres. Etablering af kontakt og dialog er et meget ressourcekrævende arbejde. Da det forudgående kendskab til AMU er så beskedent, betyder det, at der skal arbejdes på flere planer, dels skal virksomhederne helt overordnet orienteres om mulighederne inden for det ny AMU-koncept, dels skal der evt. etableres en konkret samarbejdsaftale om efteruddannelse af virksomhedens medarbejdere.

Kontakt på flere niveauer

Skolerne påpeger at kontakten til virksomhederne kan være sårbar, da personer jævnligt flytter arbejdsplads og funktionsmåde. Derfor er det vigtigt at etablere kontakt på flere niveauer i virksomheden.

Også på skoleniveau er det vigtigt at forankre dialogen på såvel konsulentniveau som på faglærerniveau. Hvis en konsulent har brugt mange ressourcer på at etablere et netværk til en række potentielle brugere, kan denne indsats være spildt, i det øjeblik personen skifter job. Derfor er det vigtigt, at kontakten til virksomheder ikke udelukkende varetages af en enkelt person, men er forankret bredere på institutionen.

I mødet mellem medarbejder/virksomhed og skolen kan det være vanskeligt for medarbejderne og virksomhedsrepræsentanterne at have en dialog om efteruddannelse, bl.a. fordi virksomhedernes fokus og ressourcer sjældent retter sig mod at afdække uddannelsesbehovet. Man skal spore sig ind på kompetenceudviklingsspørgsmålet. Det betyder, at faglærere og/eller konsulenter skal kunne matche de ledelser, de står overfor, som deres kunder. Fra den lille virksomhed hvor det er mesters beslutning alene, om hvorvidt der skal uddannes, til den store virksomhed, hvor der er flere beslutningslag. Tætte netværksrelationer kan være stærke og bidrage til øget AMU-aktivitet, men der vil også altid være behov for at bearbejde og hjælpe de virksomheder som endnu ikke bruger eller kender til AMU. Der er altså behov for at opsøge "nye" virksomheder. Disse opsøgende aktiviteter skal afspejle skolens strategiske prioriteringer og ikke kun følge de traditionelle pragmatiske mere eller mindre private relationer.

De virksomheder, som er blevet interviewet i forbindelse med dette projekt, fremhæver den personlige kontakt til skolen som meget afgørende for den aktivitet, de har eller ønsker at få i forbindelse med AMU. At kontaktpersonen er den samme som afholder kurserne er en yderligere fordel idet kurserne kan afstemmes så de helt præcist tilgodeser virksomhedens behov.

Er der tale om et relativt snævert fagområde som teknisk isolering, er det muligt for en faglærer på skolen at have god og løbende kontakt til de virksomheder i regionen, der arbejder inden for fagområdet. Erfaringerne kan derfor ikke direkte overføres til andre FKB'ere, men giver alligevel et godt indtryk af, hvad den personlige kontakt betyder for samarbejdet mellem skole og virksomheder.

Det indgår også i skolernes overvejelser, hvornår man skal bruge fagspecialister eller generalister i samtalen med virksomheder, eller både/og. Faglæreren matcher de virksomheder, som f.eks. ønsker specifik fagligt/teknisk kvalificering. Konsulenten vil kunne dække bredere, hvor virksomhederne ikke er afklarede, men komme til kort når det gælder det indgående faglige kendskab.

Daglig drift og langsigtet kompetenceudvikling

Virksomhedens størrelse – fokus på (efter)uddannelse

Små og mellemstore virksomheders vilkår i branchen adskiller sig væsentligt fra de stores. De små og mellemstore virksomheder har sjældent kapacitet og ressourcer til systematisk og langsigtet strategi, og planlægning af medarbejdernes kompetenceudvikling, på trods af, at de erkender et efteruddannelsesbehov og ønsker kurser. I de små virksomheder hører det til undtagelsen, at der er en plan for efteruddannelse for virksomhedens medarbejdere.

De små og mellemstore virksomheder har derfor i særlig grad et stort behov for information, dialog og vejledning om efteruddannelse. Derfor er der brug for at styrke og målrette indsatsen overfor disse virksomheder.

De store virksomheder har i højere grad et apparat og en systematik til efteruddannelse af medarbejderne og kender og bruger AMU, ligesom skolernes opsøgende arbejde af ressourcemæssige hensyn typisk vil rette sig mod virksomheder af en vis størrelse. De større virksomheder har oftere planer for kompetenceudvikling af medarbejderne, og i de største virksomheder kan ansvaret være placeret hos uddannelsesansvarlige eller i en HR-afdeling. Her kan det dog være svært at få etableret kontakt til den "rigtige" person i virksomheden, der både har indsigt i behovene, planerne for efteruddannelse og samtidig har den endelige beslutningskompetence. Her kan der opstå en hel møderække, hvor uddannelsesplaner bliver udarbejdet og forfinede for til sidst at afvises, fordi ledelser eller medarbejderrepræsentanter ikke er taget i ed. Det problem møder man ikke i de små virksomheder, hvor det er mester selv, der kan tage en beslutning, og hvor der ikke er langt fra ord til handling.

Under alle omstændigheder skal konsulenten eller faglæreren kunne matche disse meget forskellige virksomheder. Langsigtet kompetenceudviklingsstrategi og virksomhedsvision vil måske give god mening for en HR-medarbejder i en stor virksomhed, men virke fremmed på f.eks. en tømrermester med tre ansatte.

Leverandørkurser vs. AMU

Leverandørkurser anvendes og betegnes som effektive til at få instruktion i ny programvare, ny viden om materialer, produkter og monteringsmetoder m.v.. Det fungerer, men vurderes af virksomhederne ikke at være ideelt. Virksomhederne er meget bevidste

om, at skolerne vil kunne levere en pædagogisk bedre måde at kvalificere medarbejderne på, og at den viden, der formidles vil være bredere og mere nuanceret. Samtidig er virksomhederne også opmærksomme på det indirekte forpligtende forhold til leverandøren, når denne bruges til uddannelse. Et forhold nogle virksomheder er skeptiske overfor.

Virksomhedernes kendskab til AMU

Som påpeget indledningsvist er kendskabet til det nye AMU-koncept begrænset, særligt blandt små og mellemstore virksomheder. AMU lider under en række misvisende og utidssvarende forestillinger om konceptet, hvilket er en meget tydelig barriere for implementeringen. Til gengæld reagerer virksomhederne positivt, når kendskabet til det nye koncept og de muligheder, det indebærer, præsenteres. Kort sagt kan man sige, at bredden i muligheder, relevansen og aktualiteten i kurser ofte overrasker og imponerer i de virksomheder, der opsøges og som ikke kender noget særligt til det nye AMU.

Certifikatkurser anvendes af virksomheder, da de er nødvendige for at udføre arbejdet lovligt, f.eks. opstilling af rulle- og bukkestillads, sikkerhed ved arbejde med asbestmaterialer, epoxy og isocyanater m.v. AMU forbindes ikke nødvendigvis med efteruddannelse, men med kurser for ledige, der skal på arbejdsmarkedet.

Virksomhedernes ønsker

Virksomheder, der kender AMU, mangler overblik over de kurser, der eksisterer, og som kunne være relevante for medarbejderne. Der er også usikkerhed om, hvorvidt og hvornår kurser afvikles på skolerne. På grund af travlhed kunne man forestille sig, at virksomhederne ville ønske korte eller afkortede kurser, men det synes ikke at være tilfældet. Kursusforløbene skal ikke nødvendigvis være så korte som muligt. Men de skal have den længde, der sikrer at det, der skal læres, bliver lært. Høj kvalitet og faglig relevans er stikord. De virksomheder, som er blevet interviewet i forbindelse med dette projekt og har haft medarbejdere på kursus, er meget tilfredse med kvaliteten.

Nogle virksomheder er ikke interesserede i, at undervisningen bliver lagt i virksomheden eller på skæve tidspunkter. Hos disse er der en forventning og ønske om, at kurser nu engang foregår på skolen indenfor den normale arbejdstid. Andre virksomheder er positivt overraskede over, at det nu er muligt at ændre på undervisningsform og tid og sted. Det er dog vigtigt, som nævnt andetsteds, at disse forventninger kan opfyldes, når det kommer til stykket.

Der er også variationer med hensyn til, hvilke typer af kurser, som virksomhederne ønsker. Inden for teknisk isolering er det stort set udelukkende de faglige kurser, der ønskes. Andre mulige kurser, f.eks. alment faglige eller udvikling af personlige kompetencer har kun ringe interesse. Der er en række faktorer der spiller ind: Virksomhedens lange eller korte perspektiv på kvalificering af medarbejdere. Fokus på drift snarere end på langsigtet kompetenceudvikling er naturligt nok fremherskende i en mindre virksomhed, hvor der måske i øvrigt er gennemtræk af medarbejdere. Her er man tilbøjelig til at prioritere kurser der kan gøre kvaliteten af det udførte arbejde endnu bedre eller kurser der kan kvalificere til nye områder. Her ses det som mindre relevant at tage "bløde" kurser. Der er simpelt hen ikke tid.

På grund af mangel på arbejdskraft har nogle af de store virksomheder indenfor teknisk isolering iværksat et samarbejde mellem det tidligere AF og AMU-Syd. AMU bliver brugt til at kvalificere ledige til et job indenfor tekniske isolering gennem et forløb sammensat af kurser fra FKB "Isolering af tekniske anlæg". Forløbene har givet deltagerne den kvalificering, der skal til for at begynde at udføre arbejdet, men forløbene har alligevel været en begrænset succes. Virksomhederne har gerne villet ansætte de ledige, men de ledige er i stort antal sprunget fra efter endt praktik på to uger i virksomheden. AMU er her anvendt til en grundkvalificering eller omskoling af ledig arbejdskraft, og virksomhederne fremhæver, at denne uddannelse er langt bedre end at tage folk fra gaden og bruge sidemandsoplæring. Se endvidere bilag 6.

Individuelle uddannelsesønsker og -behov

På trods af at der selvfølgelig vil være mange virksomheder, der ligner hinanden i forretningsområde og størrelse, vil der være varierende ønsker og behov for efteruddannelse. Derfor er det et udtalt og tilbagevendende problem, at få et tilstrækkeligt antal kursister så der kan oprettes et helt hold. Denne problematik er almindelig kendt og er nok så væsentlig at finde en god og varig løsning på.

En løsningsmodel kan være at virksomheder, der arbejder inden for det samme fagområde, på trods af at de kan være konkurrenter, finder sammen om at koordinere deres efteruddannelse af medarbejdere, så skolen nærmer sig et fuldt hold på ca. 16 kursister. Men det er ikke udbredt, at virksomheder koordinerer og samarbejder om efteruddannelse af medarbejdere i AMU-regi.

Man står altså med et problem, som delvist kunne løses, hvis branchen havde et fælles redskab til kompetenceafklaring og

uddannelsesplanlægning samt en central koordinering af udbud og tilmelding. Det ville være en model, hvor skolerne i højere grad skulle samarbejde om udbud.

Medarbejdernes uddannelsesmæssige baggrund og lyst til (efter)uddannelse

Deltagelse i AMU kurser kan tilsyneladende have en selvforstærkende effekt på udbuddet forstået på den måde, at virksomheder og kursister, der deltager i et kursus, ofte vil være tilbøjelige til at efterspørge andre AMU kurser på et senere tidspunkt.

Særligt blandt ufaglærte kan et AMU-kursus virke afmystificerende og nedbryde nogle af de eventuelle fordomme, som kursisten måtte have til det at uddanne sig. Inden for teknisk isolering, fremhævede de interviewede repræsentanter fra virksomhederne, at der i deres virksomheder var konkrete eksempler på, at ufaglærte medarbejdere var blevet motiverede gennem AMU kurserne til at fortsætte som voksenlærlinge. Det, at medarbejderen kunne få merit for AMU kurserne, virkede yderligere ansporende for lysten til at uddanne sig.

FKB, TAK og uddannelsesmål

Skolernes erfaringer er i grove træk, at de forskellige uddannelsesmål der knytter sig til de to FKB'ere er fagligt og indholdsmæssigt i overensstemmelse med de oplevede behov i virksomhederne. Til gengæld er det vanskeligt på forhånd at forudsige hvilke kurser, der er behov for i virksomhederne.

Uddannelsesmålene på BAI's område dækker tilsyneladende virksomhedernes ønsker og behov gennem et bredt og varieret udbud, men er typisk svært at overskue for den lille og mellemstore virksomhed. Det er altså ikke manglende muligheder eller indholdet i de eksisterende uddannelser, der hindrer efterspørgslen af AMU kurser i BAI-regi, men derimod det manglende kendskab til mulighederne.

Skolernes strategiske arbejde med AMU

Skolernes overordnede visioner om AMU

Grundtanken i det Nye AMU er meget godt afspejlet i skolernes visioner og politikker på området. Der sigtes fx mod at blive kompetence- og videnscentre, hvor skolerne arbejder i et tæt samarbejde med virksomheder og organisationer. På visionsniveau er arbejdet med AMU et naturligt element i denne strategi. Tilgangen er,

at skolerne er orienterede mod at servicere virksomhederne, hjælpe med at kompetencevurdere medarbejdere og sammensætte forløb, som retter sig mod den enkelte virksomhed og dennes behov. Virksomhederne betragtes som (potentielle) kunder, som skal bevidstgøres om behov, og skolerne skal hjælpe med at gøre efteruddannelsesaktiviteterne så målrettede, at de opfylder de konkrete behov.

Visionerne afspejler også, at skolerne vil styrke den udadvendte aktivitet, og at der forventes en synergieffekt, som både vil komme skolerne og virksomhederne til gode.

Fra vision til handling

Organiseringen af den strategiske indsats på AMU-området varierer fra skole til skole. En model kan være, at skolen ansætter en eller flere uddannelseskonsulenter til at varetage den udadvendte kontakt med virksomhederne i og uden for lokalområdet.

Disse konsulenter arbejder evt. tværgående inden for de forskellige fagområder, som uddannelserne og kurserne retter sig imod. Konsulenterne arbejder efter behov og ressourcer i samarbejde med forskellige fag-/eller AMU-lærere. Det er vanskeligt at sige noget generelt om omfanget af den udadvendte, opsøgende aktivitet, men mulighederne er typisk beskrevet på institutionens hjemmeside.

Der er også eksempler på, at arbejdet med at udbyde efteruddannelse foregår i samarbejde med andre institutioner, fx inden for et geografisk afgrænset område. Dette er en stor fordel i forhold til at sikre, at annoncerede kurser kan gennemføres, særligt i forhold til de uddannelsesmål, der retter sig mod en begrænset målgruppe.

Faglig ekspertise, virkeområde og pædagogisk praksis

Faglærere er først og fremmest ansat på deres faglige kvalifikationer og har typisk en håndværksmæssig baggrund, arbejds erfaring fra branchen, og har derefter taget en pædagogisk grunduddannelse. Hvis man som faglærer mest eller kun arbejder med EUD, er det ikke en selvfølge, at man kan eller vil være tryk ved at undervise voksne på ens egen alder eller ældre, der har stor erfaring på området og sandsynligvis stiller andre krav og har andre behov end de unge. Det stiller nogle helt andre pædagogiske krav at stå over for en gruppe voksne end et hold unge. Faglærerens faglighed bliver måske udfordret på en anden måde, enkelte eller flere har ringe skolekundskaber, som ligger mange år tilbage, viser modstand mod "skole" etc.

Voksenpædagogik må derfor prioriteres i forhold til denne faglærergruppe, hvis det ikke skal være en barriere, for at de aktivt og af lyst skal indgå i skolens arbejde med at fremme brugen af AMU.

Implementering og faglærerkvalifikationer

AMU fordrer, at faglæreren varetager arbejdsopgaver, som ikke tidligere har været en del af jobbet som underviser. Hvilke udfordringer, der ligger i denne nye rolle, er blandt andet beskrevet i "AMU i nye klæder" (Lassen/Plougmann: 2005, CARMA/New Insight), som konkluderer, at der er et kompetencegab mellem kravene i "Nyt AMU" og faglærernes reelle kompetencer i forhold til opgaverne.

At gøre kurser praksisnære og bruge FKB som redskab i udbud og tilrettelæggelse er elementer, der til stadighed skal arbejdes med. Dels for at lette dette arbejde, dels for at gøre arbejdet mindre personafhængigt. Erfaringerne viser endvidere, at der er behov for at fokusere på en systematisk kvalificering, hvis faglærere bredt skal kunne indgå i dette arbejde. Hvis fleksibiliteten i AMU skal udfoldes helt, skal rammerne for det på skolerne være til stede.

Faglærerens skal blandt andet have følgende kompetencer, som kredser om behovsafdækning, brugerrelationer og fleksibilitet i udbud og undervisningsdesign:

- Analytisk tilgang til virksomheders kompetencebehov.
- Viden om reglerne i AMU.
- Teoretisk viden om uddannelsesplanlægning.
- Kunne vejlede om, hvordan skolesystemet fungerer.
- Kunne adskille det virksomhedsspecifikke fra det generelle tilbud.
- Kunne planlægge læreprocesser i en større virksomhedsmæssig sammenhæng.
- Indgå i samarbejde på skolerne mellem lærer-lærer og konsulent/ledelse - lærer.
- Vurdere og balancere akutte behov i forhold til almene og langsigtede behov.
- Fungere som rådgivere i forbindelse med uddannelsesplanlægning (på virksomheder og overfor ansatte)
- Kunne designe kursusforløb for brugerne ud fra deres behov og ved hjælp af AMU-mål. Hvilket betyder, at de også opsamler og indmelder nye behov til efteruddannelsesudvalget.
- Fungere som rådgivere på egen uddannelsesinstitution overfor beslutningstagerne, dvs. ledelse, bestyrelse og lokale efteruddannelsesudvalg (hvis de eksisterer).

- Indgå i netværk, som fremmer efteruddannelsesforhold og og kvalificerer aktivitet for AMU-målgruppen
- Planlægge og gennemføre relevant og opdateret fagteknisk undervisning på det faglige område, de er ansat til, eller som de efterfølgende uddannes til.

Der findes ikke et samlet billede af, hvordan skolerne angriber opgaven med implementere AMU inden for BAI's område. Man kan formode, at de nødvendige kompetencer er til stede i varierende og tilfældig grad, da kvalificeringen til at varetage disse opgaver ikke er en del af den nuværende pædagogiske uddannelse.

EUD og AMU – adskilte eller integrerede?

Selvom det skemaplanlægningsmæssigt er lettest og måske nødvendigt at dedikere faglærere til henholdsvis EUD eller AMU-området er det ikke hensigtsmæssigt. At involvere sig og undervise på AMU vil kunne berige EUD-undervisningen, gennem at faglæreren på EUD møder erfaringer fra eget fagområde, som arbejder i branchen.

Når det gælder integrationen af erhvervsskoler og AMU-skoler i forbindelse med skolefusionerne, ser man i nogle tilfælde, at AMU stadig drives som en løsrevet del af skolens aktiviteter. Ofte er AMU-delen kraftigt nedprioriteret, da der er nok at gøre på EUD-området. På nogle skoler skelnes tillige mellem "faglærere" og "AMU-lærere".

Det handler om den nævnte historik omkring fusionerne, men det handler i høj grad også om, hvordan AMU forstås og opfattes blandt de ansatte på skolerne. Det forekommer, at faglærere på EUD opfatter AMU, som noget, der handler om bløde kurser for ledige og ellers et ikke nærmere defineret indhold eller uddannelse for andre målgrupper.

Skolerne kunne overveje, om ikke en bedre integration af EUD og AMU-afdelingerne ville kunne berige og kvalificere begge områder.

AMU sælger ikke sig selv – heller ikke internt på skolerne

Udbud er uløseligt knyttet til behovsafdækning, og derfor er det afgørende at indgå i relationer med brugerne. Skolerne, som skal udbyde og sælge kurserne, står med den udfordring, at det er meget få kurser, der sælger sig selv, udover certifikatkurser. Derfor skal der hele tiden arbejdes med relationen til virksomhederne. Det er ikke tilstrækkeligt at informere og oplyse. Skolerne skal indgå i relationer med virksomheder, så man i fællesskab finder frem til det behov virksomheden har. Det kan være et utaknemmeligt og møjsommeligt

arbejde, da der sjældent træffes fast aftale om kurser ved den første kontakt. Brugere er i langt overvejende grad orienteret mod drift og ikke kompetenceudvikling.

Det opsøgende arbejde giver resultater, men indsatsen skal prioriteres i hele organisationen, og det skal hele tiden overvejes, hvordan indsatsen kan optimeres.

Virksomhederne skal kunne matches på alle niveauer; også på deres eventuelt manglende beslutningsdygtighed eller -kompetence.

Der skal skabes de rigtige forventninger i virksomheden, som så til gengæld skal kunne indfries.

Implementeringen af AMU på bygge- og anlægsområdet – det videre arbejde

På baggrund af de erfaringer, der er blandt andet er gjort med dette projekt, har BAI fra 2006 iværksat flere initiativer, som skal fremme brugen af AMU. 1) Skolernes dialog med små og mellemstore virksomheder om kompetenceudvikling. 2) Kvalificering af faglærere til varetagelse af deres rolle i AMU. 3) Udarbejdelse af uddannelsesstrukturer i forhold til jobprofiler, hvor der indenfor en FKB udkrystalliseres forskellige profiler, som er genkendelige for brugerne og modsvares af relevante efteruddannelsesforløb. BAI forventer også, at IKV som afløsning for IKA vil kunne sætte yderligere skub i efteruddannelsen.

Markedsføring af AMU

Set i lyset af, at AMU reformen er fra 2004, er der et forbløffende ringe kendskab til det nye koncept. Groft sagt er AMU kendt for certifikatkurserne, hvorimod kendskabet til de øvrige muligheder, som konceptet rummer, ikke er udbredt blandt potentielle brugere.

Det viser sig dog, bl.a. gennem de kvalitative interview, at når virksomhederne får "øjnene op for" mulighederne, vil de meget gerne benytte AMU-kurserne, men at det manglende kendskab til mulighederne i sig selv udgør den største barriere. Det er tilsyneladende en udbredt antagelse, at AMU er "opbevaringskurser" for arbejdsløse. Det, at kurserne i dag er langt mere koncentrerede og målrettede i forhold til virksomhederne, er ikke en viden, der er tilstrækkeligt udbredt, særligt ikke i de små og mellemstore virksomheder.

De deltagende skoler peger på, at en central markedsføring og information om AMU vil give skolerne et bedre grundlag for at etablere kontakt og dialog med virksomhederne. Dette skal ikke sættes i stedet for den personlige kontakt, men kvalificere denne, ved at målrette indsatsen fra skolernes side.

Hæmmende og fremmende faktorer for implementering af nyt AMU-koncept

I dette afsnit gennemgås en række af de faktorer som henholdsvis hæmmer og fremmer implementeringen af det nye AMU-koncept.

Administration

Virksomhederne synes at være glade for den fleksibilitet som AMU konceptet rummer. For virksomhederne kan det administrative arbejde i forbindelse med at sende medarbejdere på kortere eller længere AMU forløb dog forekomme omstændeligt og tidskrævende. Flere peger på, at det ville være fremmende for deltagelse, hvis skolerne i højere grad kunne være behjælpelige med at udfylde skemaer og tilmeldinger.

Kendskabet til AMU

Som tidligere påpeget, er kendskabet til det nye AMU-koncept generelt meget begrænset. Mange virksomheders kendskab til AMU begrænser sig til certifikatkurser, dvs. lovpligtige kurser som epoxy, asbest, rullebukkestillads m.v.

Det manglende kendskab er selvsagt en hæmmende faktor for implementering af AMU – når virksomhederne ikke kender mulighederne, efterspørges de ikke. På den måde bliver det alene skolerne, der kan udbrede kendskabet til AMU, og det er en opgave, som kræver mange ressourcer og en målrettet og prioriteret indsats.

Manglende incitamenter for implementering af AMU

Nogle skoler er nødt til at fremme aktiviteterne indenfor AMU, da det er skolens eksistensberettigelse. Andre skoler er slet ikke afhængige af, at der er AMU-aktiviteter, da det er rigeligt at gøre på EUD-området. Dette peger i retning af, at det er vigtigt, at skolerne har et økonomisk incitament for at prioritere AMU-aktiviteter i tilstrækkeligt omfang.

Enkelte ildsjæle på de enkelte skoler kan interessere sig meget for at udvikle og fremme AMU. Det kan være faglærere, der har et stort kendskab til branchen og til de lokale/regionale virksomheder og mestre. Det kan være konsulenter som arbejder specifikt med AMU-området. Men for at AMU for alvor skal slå igennem, kræver det, at skolerne har arbejdet med at fremme kendskabet til AMU, som indsatsområde. Bestyrelserne på flere af de fusionerede skoler har i langt højere grad fokus på EUD end på AMU, og dette gør sig også gældende i forhold til den daglige ledelse af skolerne.

Det kan diskuteres, om skolerne har tilstrækkeligt incitament til at satse på en markedsføring af konceptet. Hvis ikke kendskabet til AMU udbredes såvel gennem massiv markedsføring som ved opfølgende kontakt, vil konceptet i praksis kun blive implementeret sporadisk, og AMU-kurserne primært benyttet af store virksomheder.

Virksomhedsforlagt undervisning

Virksomhederne er ikke nødvendigvis opmærksomme på mulighederne i forhold til at afvikle undervisningen til virksomheden. En sådan løsning fremhæves som optimal af nogle virksomheder. Men det er ikke i tilstrækkelig grad tydeliggjort inden for rammerne af AMU-konceptet. Dette kan naturligvis hænge sammen med, at skolerne af forskellige grunde ikke er så glade for at fremhæve denne mulighed, fx på grund af manglende ressourcer. Hvis muligheden tilbydes virksomhederne, er det afgørende, at det kan gennemføres. Ikke indfrie forventninger kan være svære eller umulige at rette op.

Lønsupplering

Hvis arbejdsgiveren supplerer medarbejdernes løn i forbindelse med kurserne, er der stor interesse for at deltage. Til gengæld reagerer medarbejderne angiveligt med nogen modvilje, hvis de ikke kan oppebære deres sædvanlige lønniveau, når de er på kursus.

Skolernes økonomiske og ressourcemæssige overvejelser

Taxametersystemet er ikke tilpasset til at finansiere virksomhedsrettede aktiviteter. Det gælder f.eks. virksomhedsforlagt undervisning, forudgående analyse- og planlægningsaktiviteter, som involverer virksomhederne for at få en kvalificeret efterspørgsel, der tager afsæt i det nye koncept med FKB, samt fleksibel kursusafvikling med modulopdelinger og åbent værkstedsbaseret undervisning med øget lærerbemanding.

Analysevirkosomhed presses af sparsom økonomi, og mange undervisere er stadig fremmede overfor tætte, forpligtende virksomhedskontakter.

Konklusion og anbefalinger

I det følgende opsummeres en række af de væsentligste faktorer af betydning for implementeringen af Nyt AMU. Det er vigtigt at understrege, at der generelt er stor tilfredshed med Nyt AMU, og at de konkrete kurser tilsyneladende er af tilfredsstillende kvalitet. Imidlertid er det et stort og krævende arbejde for skolerne at indgå forpligtende samarbejde med virksomheder og i særlig grad at etablere kontakt til små og mellemstore virksomheder.

Kursusaktivitet

Byggebranchen har været præget af travlhed i projektperioden. AMU bruges indenfor teknisk isolering til kvalificering i de få perioder hvor der er ledig tid mellem to opgaver, men AMU bruges absolut ikke til længerevarende "opbevaring". Tidligere kurser er i nogen grad blevet modulariseret i det nye AMU, og det opfatter virksomhederne helt klart som en stor forbedring. Ikke så meget, fordi man kun vil bruge korte kurser, men fordi det er muligt at få lige præcis det, der er nødvendigt og ikke mere. AMU opfattes derfor som mere fleksibelt og effektivt end tidligere. Virksomhederne vil have kvalificering til tiden - og kun det nødvendige.

Manglende kendskab

AMU benyttes som påpeget primært i forbindelse med obligatoriske certifikatkurser, hvorimod det generelle kendskabet til AMU og de muligheder, som det "nye" koncept rummer, er overraskende begrænset. Flere steder er AMU tilsyneladende trængt i forhold til EUD uddannelserne. Den del af skolernes virksomhed, som omhandler AMU bliver på nogle skoler nedprioriteret. Det kan problematiseres, hvorvidt skolernes ledelser er tilstrækkeligt opmærksomme på at markedsføre AMU. Netop skolernes ledelser, såvel på bestyrelsesniveau som i forhold til den daglige ledelse, har et stort ansvar i forbindelse med at markedsføre konceptet og at afse ressourcer til at etablere kontakt til det lokale erhvervsliv. Hvis dette ikke sker, vil skolernes udbud ikke blive efterspurgt pga. manglende kendskab, og dette kan igen føre til at AMU nedprioriteres i forhold til skolernes øvrige aktiviteter.

Da AMU dækker over en række forskellige FKB'ere og uddannelsesmål, må markedsføringen nødvendigvis differentieres. Et konkret bud på at udbrede kendskabet til AMU er at iværksætte en omfattende informationskampagne, rettet mod særligt små og mellemstore virksomheder.

En massiv markedsføring af AMU-konceptet og dets muligheder fra centralt hold, vil ikke alene korrigere de fordomme og antagelser, der er om, hvad AMU kan bruges til. Det vil sandsynligvis også betyde, at virksomhederne i større grad vil være proaktive i forhold til selv at efterspørge kurser. Som det er nu, ligger opgaven med at markedsføre AMU alene hos skolerne, og selvom den personlige kontakt fremhæves som den væsentligste, vil det lette skolernes arbejde betydeligt, hvis det generelle kendskab til Nyt AMU højnes.

AMU som indsatsområde

Det er vigtigt, at skolerne prioriterer at udbrede kendskabet til AMU. På de fusionerede skoler kan der være fare for, at AMU bliver nedprioriteret til fordel for skolens øvrige aktiviteter. Hvis Nyt AMU på sigt skal implementeres fuldt ud, kræver det, at skolernes bestyrelser og daglige ledelse prioriterer AMU som indsatsområde og er parate til at investere de nødvendige ressourcer i forhold til at etablere og pleje kontakt til virksomhederne.

Virksomhedskontakt

Da den personlige kontakt mellem skole og virksomhed er af stor betydning, bør skolerne afsætte ressourcer til dette arbejde og sikre, at også faglærere spiller en aktiv rolle i forhold til at skabe og pleje kontakten til lokale virksomheder.

Nogle skoler ansætter konsulenter, som bl.a. har til opgave at varetage arbejdet med at kontakte lokale virksomheder og vedligeholde netværk. Dette kan være en udmærket løsning, men indsatsen bør forankres på flere niveauer, fx hos konsulenten og hos de relevante faglærere. Hvis kontakten alene eller primært varetages af en konsulent, bliver indsatsen i for høj grad bundet til denne ene person, og skifter konsulenten job eller går på pension, kan det have store konsekvenser i forhold til at sikre stabilitet i netværksrelationerne.

Faglærerens rolle er særligt relevant i forhold til meget fagspecifikke udbud. En konkret måde at få etableret et samarbejde med virksomhederne kan være at introducere muligheden for at henlægge undervisningen til virksomheden. Denne model kan efter alt at dømme være en god måde at indlede et samarbejde på og vil - udover at styrke

samarbejdet - imødegå nogle af de barrierer, som virksomhederne er underlagt – fx manglende fleksibilitet, mobilitetsproblemer m.v. Det vil dog være en økonomisk udfordring for skolerne, idet taxameteret ikke tager højde for de meromkostninger, der vil være forbundet med denne type aktiviteter. I det hele taget vil en målrettet indsats i forhold til at etablere kontakt og samarbejde med det lokale erhvervsliv være forbundet med en ikke ubetydelig merudgift for skolerne. Derfor er det vigtigt, at den enkelte skoles ledelse opfatter indsatsen som en investering, som på længere sigt vil lønne sig for skolen.

Endelig bør skolerne målrette deres indsats i forhold til de små og mellemstore virksomheder. Dette kan fx ske ved, at skolerne udarbejder AMU-nyhedsbreve hvor der løbende informeres om, hvilke nye uddannelsesmål, skolen tilbyder samt evt. anbefalinger fra virksomheder der har benyttet kurserne.

Intern modvilje mod AMU

Da flere skoler i dag er et resultat af fusioner mellem AMU centre og erhvervsskoler, er det nødvendigt, at AMU kurserne også varetages af undervisere, der tidligere kun har undervist unge på en erhvervsuddannelse.

Det kan være en barriere for en EUD-underviser at skifte fokus fra at undervise unge mennesker på 16-17 år til at skulle undervise voksne med erhvervserfaring. I nogle tilfælde kan dette føre til modvilje blandt underviserne. Derfor bør skolerne være særligt opmærksomme på at ruste underviserne i forhold til at kunne påtage sig denne udfordring. Dette kan fx ske gennem voksenpædagogiske kurser og som kollegial sparring og vidensdeling på skolen.

Væsentligste anbefalinger i den fortsatte implementering af Nyt AMU

- En massiv markedsføring af AMU-konceptet og dets muligheder fra centralt hold vil ikke alene korrigere de fordomme og antagelser, der er om, hvad AMU kan bruges til. Det vil sandsynligvis også betyde, at virksomhederne i større grad vil være proaktive i forhold til at efterspørge kurser. Som det er nu, ligger opgaven med at markedsføre AMU alene hos skolerne, og selvom den personlige kontakt fremhæves som den væsentligste, vil det lette skolernes arbejde betydeligt, hvis det generelle kendskab til AMU højnes.

- Det er naturligvis af afgørende betydning for implementering af AMU-konceptet, at der rent faktisk udbydes kurser. Derfor skal skolerne sørge for, at der er en leverancesikkerhed, forstået på den måde, at virksomheder og medarbejdere kan være sikre på at kunne komme på de kurser, de måtte ønske og have behov for. Skolerne bliver nødt til at samarbejde praktisk om udbud i langt højere grad, hvis der ikke er volumen til hele hold lokalt. Dette skal også indbefatte et strategisk samarbejde mellem skoler regionalt og nationalt.
- Den ledelsesmæssige opgave på skolerne er at beslutte sig for at prioritere AMU, for dernæst at sætte mål og skabe de rammer der er nødvendige. Det indbefatter, at de egnede faglærer- og konsulentkræfter tilskyndes og organiseres til at arbejde med AMU. Indsatsen kan mange steder optimeres, da den i nogen grad er sporadisk og tilfældig.
- Der skal være incitamentter til at prioritere AMU på skolerne. Skolerne opfatter i høj grad, at der blot stilles krav, som er vanskelige at imødekomme. Fra centralt hold må der derfor tænkes i, hvilke incitamentter der kan skabes, for at skolerne i højere grad vil prioritere AMU. Decentraliseringen, og troen på at implementeringen af det nye AMU sker af sig selv lokalt, har vist sig ikke at holde stik.
- Efteruddannelsesudvalget kan i højere grad, end tilfældet er i dag, styrke dialogen med skoler om behov samt formidle, informere og rådgive skolerne i problemstillinger og spørgsmål, knyttet til AMU-området.
- Der skal ske en målrettet indsats i forhold til de små og mellemstore virksomheder. Dette kan fx ske ved, at skolerne udarbejder AMU nyhedsbreve, hvor der løbende informeres om hvilke nye uddannelsesmål, skolen tilbyder samt evt. med anbefalinger fra virksomheder, der har benyttet kurserne. Skolerne skal ligeledes løbende informere om og markedsføre nye uddannelsesmål.
- Da den personlige kontakt mellem skole og virksomhed er af så stor betydning, bør skolerne bestræbe sig på, at faglærere spiller en aktiv rolle i forhold til at skabe og pleje kontakten til lokale virksomheder. Dette er særligt relevant i forhold til meget fagspecifikke udbud. Det kræver en prioritering og organisering

på skolerne, hvis det ikke er tilfældet allerede. Den konkrete kontakt til virksomhederne bør også foregå på flere niveauer for at undgå, at netværket bliver for personafhængigt.

- Faglærere skal rustes til at indgå i og løse de opgaver, der er forbundet med AMU. I faglærernes pædagogiske grunduddannelse og efteruddannelse bør der lægges mere vægt på voksenpædagogik og kvalificering til de opgaver, der ligger uden for klasselokalet eller værkstedet. Faglærere skal kunne etablere og pleje nye relationer uden for skolen. Ved rekruttering af faglærere bør der lægges vægt på andre og flere kompetencer end de rent faglige.