



AMU rengøring

- Hvordan kommer der flere deltagere på AMU rengøringsuddannelser?

Udarbejdet for
Serviceerhvervenes UddannelsesSekretariat



**Anne Mette Rasmussen
Mette Semey**

**Kubix
Marts 2009**

Kubix ApS
Nørre Voldgade 2
1358 København K

Tlf. 3332 3352
kubix@kubix.dk
www.kubix.dk

Indhold

Resumé	3
Indledning.....	5
1. Uddannelseskultur i virksomhederne.....	9
2. Den gode undervisning	14
3. Det gode samarbejde.....	19
Et kig fremad.....	26

Resumé

Fald i rengøringsfaglige AMU-uddannelser

Der er sket et drastisk fald i brugen af de rengøringsfaglige AMU-uddannelser mellem 2004 og 2007. På baggrund af interview med skoler, virksomheder, et jobcenter og en a-kasse, giver denne rapport nogle bud på, hvordan skolen kan understøtte en mere positiv udvikling fremover.

Rapporten fremhæver tre områder:

- Uddannelseskultur i virksomhederne
- Den gode undervisning
- Det gode samarbejde

Virksomheder er forskellige

Nogle knytter uddannelse til andre indsatser

.. mens andre har svært ved at få øje på de bredere perspektiver

1. Uddannelseskultur i virksomhederne

Virksomhederne har en meget forskellig indfaldsvinkel til brugen af uddannelse. Nogle virksomheder kæder bevidst uddannelse sammen med andre indsatser som fx sygefravær og øget trivsel på arbejdspladsen. De ser tydeligt, hvilke gevinster de får ud af at satse på uddannelse. Andre virksomheder kan have brug for hjælp til at se, hvordan styrket faglighed kan bidrage positivt til andre problemstillinger omkring det psykiske arbejdsmiljø og derigennem se uddannelse i et bredere perspektiv.

Skolen skal tage initiativet

Fælles for begge typer af virksomheder er, at de ofte har en meget travl hverdag, hvor uddannelse har tendens til at træde lidt i baggrunden. Derfor har de brug for, at skolen tager et aktivt initiativ. Selv om de skal mødes forskelligt, er det vigtigt at møde begge typer af virksomheder på en ambitiøs måde og give dem det nødvendige og tilstrækkelige medspil, så de kan 'udnytte' uddannelse bedst muligt og omsætte den til andre gevinster. På den måde kommer der både flere på uddannelse, og kursisternes muligheder for at anvende uddannelsen efterfølgende i deres daglige arbejde styrkes.

Undervisning som totalleverance

Når der skal males med den brede pensel og sættes fokus på uddannelseskultur i virksomhederne, får lærerrollen også en større bredde. Vi har kaldt det undervisning som en totalleverance, der både indbefatter forløbet før undervisning, selve undervisningen og et forløb efter undervisningen.

Før undervisningen

Før undervisningen skal læreren/konsulenten bl.a. samstemme forventninger til uddannelse sammen med virksomhederne: Hvad er målet med uddannelse? Det er også vigtigt at få kendskab til deltagernes forudsætninger på forhånd, således at disse kan bruges i planlægning af undervisningen.

Under undervisningen

Under undervisningen er det bl.a. vigtigt at have opmærksomhed på, hvordan undervisningen forløber, så

læreren kan tage en ekstra snak med virksomheden, hvis der fx opstår problemer.

Efter undervisningen

Efter undervisningen kan læreren/konsulenten hjælpe virksomheden med at få øje på, hvordan uddannelsen kan udnyttes bedst muligt i dagligdagen. Der er også mulighed for at få evalueret undervisningen, så den løbende kan styrkes.

Disse opgaver fordeles forskelligt på skolerne. Ofte er der en arbejdsdeling mellem konsulenter og lærere, hvor konsulenterne anvendes til den mere direkte kontakt til virksomhederne, mens lærerne primært står for undervisningsdelen. Udfordringen er at få samarbejdet mellem de forskellige faggrupper på skolen til at fungere godt, så arbejdsdelingen er klar og afspejler de forskellige kompetencer, hver faggruppe har.

Møde kursister med forskellig motivation og forskellige forudsætninger

2. Den gode undervisning

En af de allervigtigste opgaver er hele tiden at have fokus på at levere god undervisning. Mangfoldigheden er meget stor og kursisterne kan have meget forskellig motivation og meget forskellige forudsætninger for at modtage undervisning. Ofte har lærerne også kun meget korte kursusforløb, hvilket sætter høje krav til at lære kursisternes forudsætninger at kende og kunne koble sig til dem i løbet af en meget kort periode. I rapporten vil vi give konkrete eksempler på, hvordan man som lærer kan knytte an til kursisternes forudsætninger og derigennem sætte fokus på behovet for differentieret undervisning.

Samarbejde mellem skole, jobcenter, a-kasse og virksomheder er centralt

3. Det gode samarbejde mellem aktørerne

Den grundlæggende forudsætning for at alle de gode initiativer sættes i spil, er det gode samarbejde mellem skoler, jobcentre, a-kasser og virksomheder. Dette samarbejde er ikke altid nemt og kræver, at aktørerne sætter sig ind i de iboende logikker eller forståelser, der ligger hos de andre aktører. Samarbejdet skal være givende hele vejen rundt. I dette kapitel undersøger vi gode eksempler på samarbejde mellem skoler, jobcentre, a-kasser og virksomheder.

Virksomhedsnetværk

Vi beskriver bl.a. virksomhedsnetværk som en måde, hvorpå skolen kan markedsføre undervisning. Virksomhedsnetværk giver mulighed for at knytte uddannelse sammen med bredere strategiske satsninger. Selv om AMU undervisning ikke må bevæge sig væk fra de gældende målbeskrivelser, forhøjer det generelt uddannelseskvaliteten, når uddannelse passer ind i virksomhedens større strategiske sammenhæng.

Indledning

AMUs kurser inden for rengøring fungerer som en introduktion til rengøringsbranchen og giver nye assistenter de rengøringsfaglige kompetencer, der er nødvendige for at udføre professionel rengøring. Derudover skal kurserne bidrage til at udvikle de erfarne medarbejderes kompetencer og give dem et dyberegående kendskab til deres fag. Derigennem udvikles branchens kvalitet, effektivitet og arbejdsmiljø. Derfor er uddannelse vigtig både for den enkelte medarbejder og for branchens udvikling i et bredere perspektiv.

Udgangspunktet for denne rapport er, at der desværre kan observeres et drastisk fald i kursusaktiviteterne inden for de rengøringsfaglige AMU-uddannelser - fra 12.329 kursister i 2004 til 7.871 kursister i 2007, hvilket svarer til et faldt på ca. 36 %.

AMU SYD som positiv undtagelse

Nedgangen i antal kursister fordeler sig forholdsvis jævnt over hele landet, med AMU Syd som en positiv undtagelse, da de som den eneste skole kan notere en stigning i samme periode. Skolen peger selv på, at stigningen har baggrund i flere forhold. Medvirkende har været:

- God vækst inden for erhvervslivet i samme periode.
- Skolestrategisk satsning på virksomhederne og de beskæftigede.
- Fusioner i naboregioner, hvor AMU er blevet klemt af erhvervsskoleområdet, hvilket AMU Syd har kunnet profitere af.

De ledige har været væk...

De ledige har ikke overraskende fyldt en mindre del af det samlede antal kursister i 2007 (9,3 %) end i 2004 (19,4 %).

...men er på vej tilbage

Undervejs i projektperioden har dette imidlertid ændret sig, og flere steder beretter underviserne om, hvordan andelen af ledige på nuværende tidspunkt er støt stigende og hvordan der nu køres rengøringsfaglige uddannelser som perler på en snor.

Rapportens målgruppe

Denne undersøgelse handler om, hvordan der kommer flere på uddannelse. Den er lavet for Serviceerhvervenes UddannelsesSekretariat (SUS) og et af de primære formål med undersøgelsen er at understøtte deres arbejde gennem ny viden inden for området. En anden målgruppe er skolerne og lærerne/konsulenterne, som vi håber, kan bruge undersøgelsen til at styrke debatten om, hvordan de kan tiltrække flere til uddannelse.

Undersøgelse om 'Mangfoldighed i rengøringsbranchen'

Denne undersøgelse bygger på en tidligere rapport om 'Mangfoldighed i rengøringsbranchen'¹. Denne rapport havde fokus på nydanskere i rengøringsbranchen: Hvem er de? Hvor ofte er de på uddannelse? Hvordan kommer flere på uddannelse? Rapporten viste bl.a., at nydanskerne fylder meget i rengøringsbranchen, men at de desværre er underrepræsenterede på uddannelserne. Det var ikke muligt at pege på en enkelt eller dominerende årsag. Snarere var der mange indvirkende årsager, som både kunne findes i nydanskernes forskellige tilgange til uddannelse og i virksomhedernes forskellige perspektiver på, hvad uddannelse kan bruges til. Uanset de mange mulige årsager slår rapporten fast, at udfordringen er stor. Nydanskerne halter bagefter uddannelsesmæssigt. Efterfølgende blev der derfor gennemført et TUP-projekt, som blev dokumenteret i et idékatalog 'Mere og bedre uddannelse til tosprogede rengøringsassistenter – hvordan?', som indeholdt en række konkrete eksempler på øvelser, som lærere kan bruge til undervisning af nydanskere.

De nydanske kursister

Hvis vi ser på tallene i dag, kan vi se, at udfordringen omkring uddannelse af nydanskere stadig er stor. Hvis vi ser nærmere på, hvem der har deltaget i de rengøringsfaglige uddannelser, er andelen af nydanskere faldet fra 3.188 i 2004 til 2.267 i 2007. Det svarer til, at nydanskere i 2004 udgjorde 25,9 % af det totale antal kursister og i 2007 udgjorde 28,8 %. Det viser, at antallet af danskere er faldet mere i totale tal end antallet af nydanskere. Det betyder imidlertid ikke, at nydanskerne er blevet mindre underrepræsenterede, da det jo afgøres af deres andel i hele branchen, som må formodes at være steget. Men uafhængigt af hvor meget denne gruppe fylder i branchen, udgør de på nuværende tidspunkt knap en tredjedel af kursisterne på de rengøringsfaglige AMU-uddannelser.

En af hovedpointerne i rapporten om mangfoldighed i rengøringsbranchen var, at virksomhederne var meget forskellige. Nogle satte uddannelse højt på dagsordenen og kunne tydeligt se, hvordan uddannelse bidrog til virksomhedens øvrige målsætninger, mens andre virksomheder havde mere fokus på bundlinjen og var mindre tilbøjelige til at anvende uddannelse.

Denne forskel mellem virksomhederne kan vi kun bekræfte i denne undersøgelse. Vi prøver at gå et skridt videre og uddybe, hvilken betydning det så får for sko-

¹ Rapporten 'Mangfoldighed i rengøringsbranchen' samt det efterfølgende TUP-projekt, som blev dokumenteret gennem et idékatalog 'Mere og bedre uddannelse til tosprogede rengøringsassistenter – hvordan?', er lavet i 2007 af Kubix og kan findes på SUS's hjemmeside (se nedenstående links):
http://www.susudd.dk/content/ren_mang.pdf
<http://www.susudd.dk/content/idekatalog.pdf>

lens dialog med virksomhederne, og hvordan virksomhedsnetværk er en af de metoder, som skolerne kan bruge til at koble sig mere direkte på den enkelte virksomheds uddannelsesbehov.

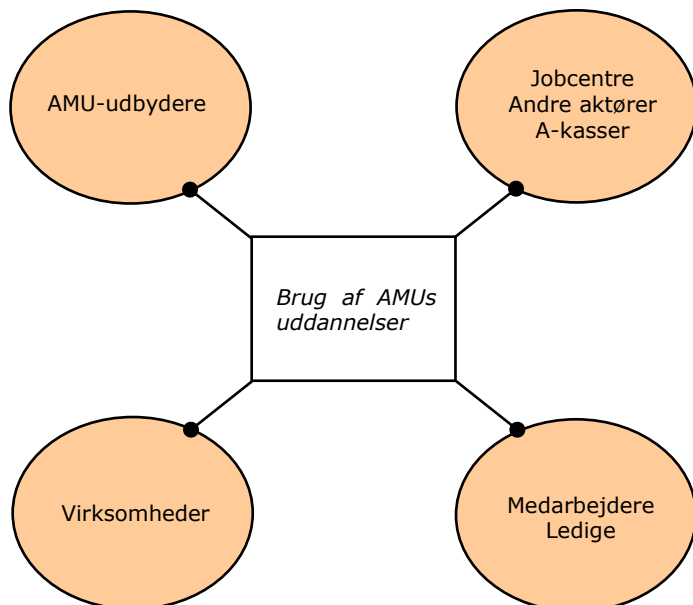
Markant fald i rengøringsfaglige uddannelser

Denne undersøgelse adskiller sig også ved at være bredere end analysen om 'Mangfoldighed i rengøringsbranchen'. Vi ser på hele gruppen af kursister – både danskere og nydanskere - og såvel beskæftigede som ledige. Alligevel er mange af problemstillingerne stadig aktuelle og vi vil derfor undervejs henvise til de gode råd og tips, som allerede ligger i førnævnte rapport.

Med udgangspunkt i det drastiske fald i kursusaktiviteterne på de rengøringsfaglige AMU-uddannelser er der behov for at undersøge, hvad der kan ligge bag, når ledige, medarbejdere, virksomheder, jobcentre og andre aktører fravælger AMUs uddannelser. Der er samtidig brug for viden om, hvordan praksis på skolerne er i dag, for at kunne give bud på, hvordan man fremover kan tiltrække kursister og udvikle uddannelserne, så de matcher medarbejders og virksomheders behov bedst muligt.

Metodedesign

Spørgsmålet om manglende deltagelse i AMUs uddannelser på rengøringsområdet kan belyses fra flere vinkler. Vi har lavet en caseundersøgelse, der tager udgangspunkt i fire centrale aktørgrupper, som har hver deres perspektiver på uddannelse og AMU: AMU-udbydere, medarbejdere/ledige, virksomheder og arbejdsmarkedspolitiske aktører.



I tæt samarbejde med Serviceerhvervenes Uddannelses-Sekretariat (SUS) har vi udvalgt tre regioner, som adskiller sig fra hinanden i forhold til geografi og brug af AMU. Inden for hver region har vi interviewet repræsentanter fra de fire aktørgrupper i modellen ovenfor.

Medarbejdere/ledige

Medarbejderne og de ledige har vi bl.a. spurgt om, hvem der tager initiativ til uddannelse, hvilken betydning uddannelse har for dem og hvilke erfaringer de har med at deltage i AMUs uddannelser inden for rengøringsområdet, herunder hvad de oplever som betydningsfuldt for dem i undervisningen.

Virksomhederne

Hos virksomhederne har vi spurgt ind til deres kendskab til AMU og deres brug, udbytte af og ønsker til AMU.

AMU-udbydere

På skolerne har vi interviewet faglærere, ledere og markedsføringsansvarlige inden for rengøringsbranchen og spurgt til, hvordan de hver især griber uddannelsestilrettelæggelse og -gennemførelse samt markedsføring an og hvilke gode erfaringer de har med at få flere på uddannelse.

Arbejdsmarkedets aktører

Endelig har vi set nærmere på arbejdsmarkedets aktører og undersøgt, hvilken rolle uddannelse spiller i deres planer for aktivering af ledige. Vi har besøgt et jobcenter og en A-kasse og har fået deres erfaringer omkring, hvad der kan være svært i samarbejdet med skolerne og hvilke gode eksempler de har på uddannelse, der lykkes på baggrund af et godt samarbejde skoler og jobcenter imellem. Derudover har vi deltaget i en temadag arrangeret af Undervisningsministeriet om samarbejde mellem AMU-udbydere og jobcentre.

Workshop

Efter caseundersøgelsen afholdt vi en workshop, hvor markedsføringsansvarlige og lærere fra forskellige skoler var inviteret til fælles dialog omkring analysens foreløbige resultater.

Med udgangspunkt i de foreløbige resultater udvekslede deltagerne erfaringer og videreudviklede ideer til, hvordan AMU-kursernes tilrettelæggelse og markedsføring kan forbedres og nytænkes.

Virksomhederne arbejder meget forskelligt med uddannelse

Måltret markedsføringen til de forskellige typer af virksomheder

Vigtigt med tydelig ledelses-prioritering på det strategiske niveau

1. Uddannelseskultur i virksomhederne

Når vi har besøgt virksomheder og interviewet personaleansvarlige, er det slående, hvor forskellige tilgange de har til uddannelse. I nogle virksomheder er uddannelse noget, der bruges lidt tilfældigt, oftest på medarbejdernes opfordring. Når vi spørger til, hvad de uddannelsesansvarlige håber at få ud af uddannelse, er svaret: 'tilfredse medarbejdere'. Andre virksomheder er langt mere ambitiøse og tænker uddannelse bredere sammen med spørgsmål om trivsel og sygefravær. De tydeliggør deres uddannelsesforventninger til deres medarbejdere, de bruger ressourcer på uddannelse og påtager sig et ansvar for at skabe gode arbejdspladser med en lav grad af nedslidning samt en høj grad af fastholdelse og trivsel i det daglige arbejde. Vi synes, dette skaber nogle vigtige udfordringer for skolerne og giver nye perspektiver på, hvordan der kan skabes god kvalitet i undervisningen.

Denne erfaring er dog ikke ny. Tværtimod er det en vigtig pointe i rapporten *'Rengøringsbranchens mangfoldighed – en udfordring for AMU'*, at virksomhederne har forskellige indfaldsvinkler til, hvad uddannelse kan anvendes til². Der opstilles tre typer af virksomheder:

1. Den bundlinjefokuserede: Uddannelse skal skabe profit.
2. Den traditionsbundne: Uddannelse er ikke på dagsordenen.
3. Den udviklingsorienterede: Uddannelse skaber kvalitet i arbejdet.

Med denne opdeling bliver der sat fokus på, at skolerne skal markedsføre uddannelse med øje for, hvilken type virksomhed det drejer sig om og hvad den prioriterer som vigtigt. En pointe, som erfaringerne fra vores caseundersøgelse peger på, det er værd at bære videre.

Hvad kendetegner en stærk uddannelseskultur

Flere ledere peger på, at det først og fremmest kræver en tydelig ledelsesprioritering at sætte uddannelse højt på dagsordenen. Den strategiske ledelse skal have blik for, hvordan uddannelse bidrager til de mere langsigtede strategiske målsætninger. Konkret kan det fx handle om, at ledelsen ønsker at understøtte en god trivsel og på den måde ser uddannelse som et redskab til at nedbringe sygefravær og en for stor personaleomsætning. Uddannelse er med til at skabe faglighed og herigennem faglig stolthed. Medarbejderne får faglige argumenter for, hvorfor bestemte beslutninger er gode eller mindre gode og derigennem en styrket evne til selvstændig problemløsning.

² Se henvisningen til rapporten side 5.

Det er også velkendt, at der er en del deltidsansatte i rengøringsbranchen. En tydelig satsning på bredere kompetencer kan også give virksomheden mulighed for at bruge medarbejderne bredere og en mulighed for at konvertere flere deltidsstillinger til fuldtidsansættelser, hvis dette er et ønske.

Evne til at omsætte strategien til daglig ledelse er central

Den daglige ledelse skal 'oversætte' disse strategier til beslutninger og praksisser i det daglige arbejde. Vi har interviewet ledere som allerede ved ansættelsesstart stiller krav om efteruddannelse til alle medarbejdere og på den måde tydeliggør, at uddannelse har en vigtig plads i virksomheden. Disse ledere påtager sig også ansvaret for at undersøge, hvilke konkrete muligheder for uddannelse der udbydes, og forholde sig til, hvordan virksomheden og den enkelte medarbejder kan have gavn af uddannelse.

Det er ikke altid muligt at tilbyde medarbejdere andre arbejdsfunktioner i forlængelse af AMU-uddannelse. Flere medarbejdere og ledere har nævnt, at medarbejderne ofte kommer tilbage til de samme arbejdsfunktioner efter endt uddannelse. Alligevel vil vi gerne pege på, at en styrket faglighed kan betyde, at medarbejderne får øje på nye måder at bruge fagligheden på i det daglige – og på den måde ændres arbejdsfunktionerne alligevel. Måske får de mod til selv at gøre opmærksom på, hvad de kan, og derved kan de selv være med til at skubbe på i forhold til en bredere brug af deres kompetencer.

Rollemodeller kan bruges til at skabe uddannelsesmotivation

Som en af de ledere, vi har interviewet, påpeger, kan lederen også med fordel have blik for, at medarbejderne kan inspirere hinanden. Mange af medarbejderne har dårlige skoleerfaringer og har svært ved at tro på, at de kan bestå et kursus. Når de så ser, at deres kollegaer kan klare det, tænker de: "Når hun kan, så kan jeg også". På den måde sættes en positiv spiral i gang.

Overvej hvorvidt medarbejderne skal afsted sammen eller enkeltvis

De beskæftigede kursister gør opmærksom på, at lederen også bør være opmærksom på, at det på nogle kurser er en fordel at være få af sted fra samme virksomhed. Det kan fx gælde et kursus som 'Kommunikation og samarbejde', hvor kursisten kan have gavn af blikke udefra. Heroverfor er der kurser som fx fødevarehygiejne, der kræver, at hele personalegruppen ændrer praksis og dermed er det vigtigt, at alle/flere er afsted sammen.

Vores caseundersøgelse peger på, at når medarbejderne bakkes op ledelsesmæssigt og kommer på kursus, oplever de ofte, at de lærer meget. Nogle medarbejdere er fra starten usikre på sig selv og måske usikre på, hvad de skal bruge uddannelse til. Andre medarbejdere er fra starten motiverede. For begge grupper af medarbejdere gælder det om at finde måder at skabe motivation på og pædagogiske metoder der kan kobles på deres forudsætninger, så de får en så god uddannelsesoplevelse som muligt. På den måde startes den gode uddannelsesspiral.

Her er den løbende dialog med læreren meget vigtig.

Nogle virksomheder savner dialog med skolen

Gennem vores interviews er vi stødt på et eksempel, hvor en virksomhed sendte en stor gruppe af sine medarbejdere på et kursus i fødevarerhygiejne. 75 % af kursisterne fik ikke certifikatet. Pointen er dog ikke, at så mange dumpede, men at virksomheden savnede en dialog med skolen omkring dette.

Totalleverancen

Skolen skal bidrage med at styrke kvaliteten i uddannelsen ved at styrke dialogen med virksomheden og på den måde indgå i 'totalleverancen': Før uddannelse, under uddannelse og efter uddannelse:

Samstemme forventninger

Før uddannelse: Skolen skal indgå i sparring med virksomheden med henblik på at samstemme forventningerne og få kendskab til deltagerforudsætninger og aftagesituation.

Sikre transformation

Under uddannelse: Læreren skal tage relevante problemstillinger op undervejs. Det kan fx dreje sig om at tale direkte ind til kursisternes daglige hverdag og differentiere undervisningen på baggrund af ny viden om deltagerforudsætninger. Dette gøres for at skabe gode betingelser for transformation: At deltageren kan bruge det de lærer på arbejdspladsen efterfølgende i deres dagligdag.

Dialog om hvordan de ny erhvervede kompetencer bringes i spil

Efter uddannelse: Opfølgning med ledelsen omkring relevante måder at sikre, at de nye kompetencer kommer i spil. Undervisningen og det samlede forløb evalueres og det giver samtidig skolen mulighed for at spore sig ind på fremtidige efteruddannelsesbehov.

Arbejdsdeling mellem lærere og konsulenter

Det interne samspil på skolen

På mange skoler er der, som nævnt i indledningen, en arbejdsdeling mellem konsulenter og lærere, som går på tværs af totalleverancen. Et af de forbehold, som vi har hørt, når vi har præsenteret pointerne omkring totalleverancen, er, at lærerne gerne vil indgå i en bredere rolle i forhold til at understøtte uddannelseskultur, men de oplever, at tendensen peger den anden vej: At de får besked på at holde sig til klasselokalet.

Her er det vigtigt at diskutere, hvem der har hvilke opgaver i forhold til virksomheden og hvordan lærerens viden og erfaringer kan bringes i dialog med virksomheden undervejs.

Flere steder laver både lærerne og konsulenterne markedsføring, men de fordeler ofte opgaverne således at konsulenterne har det brede kendskab til branchen og tager den første kontakt med virksomhederne eller er dem, der deltager fast de dage, hvor nye ledige skal in-

formeres om jobmuligheder inden for branchen osv. Konsulenterne får aftalerne på plads, og lærerne fylder dem ud. Dette kræver naturligvis et fint samarbejde mellem konsulenter og lærere, som kan profitere af:

- At konsulenterne husker at informere lærerne om, hvilke forventninger virksomheden har, hvilke problemstillinger de er særligt optagede af, hvilke særlige forudsætninger kursisterne har osv.
- At lærerne husker at informere konsulenterne om relevante problemstillinger fra undervisningen: Var der særlige emner, kursisterne havde svært ved og/eller var der særlige temaer, som kursisterne opfattede som uaktuelle og svære at omsætte osv.

På den måde styrkes betingelserne for, at skolen kan levere den gode totalleverance.

Også konsulenter har brug for rengøringsfaglig viden eller et godt samarbejde med faglærerne, som de kan trække på

Vi har besøgt en enkelt virksomhed, som umiddelbart før vores besøg havde haft besøg af en konsulent fra skolen. Virksomhedens oplevelse var desværre, at konsulenten ikke havde et særligt godt branchekendskab og derfor slet ikke kunne sælge uddannelse til virksomheden. Virksomheden - som i forvejen kender til og jævnligt benytter AMUs rengøringsfaglige kurser - oplevede sig tværtimod talt ned til. Fremadrettet kan situationen bruges til at huske på, at det også er vigtigt, at konsulenterne, som skal sælge uddannelserne, enten har et tilstrækkeligt mål af rengøringsfaglig viden eller at de kan trække på et udviklet samarbejde med faglærerne. På den måde kan konsulenten hurtigt tilbyde et møde sammen med faglæreren, i situationer hvor han/hun må erkende, at egen viden ikke altid er omfattende nok.

OBS på brancher hvor rengøring indgår som sekundært fag

Det gode samarbejde mellem konsulenter og lærere kan også skabe grobund for, at der kan opstå ideer til nye områder hvor uddannelse inden for rengøringsområdet kunne være interessant. Fx i andre brancher, hvor rengøring indgår som et sekundært fag, eksempelvis i ølproduktion eller industri hvor der indgår dyreforsøg.

Rammer for den brede lærerrolle

'Den nye lærerrolle'

Uanset hvordan arbejdsdelingen mellem lærer og konsulent konkret forvaltes, sker der et skred i den traditionelle lærerrolle. Det er ikke længere tilstrækkeligt alene at have fokus på undervisningen på skolen, men læreren skal indgå i et bredere samarbejde omkring en totalleverance. Dette stiller udfordringer til læreren:

Svær at forvalte, når kurserne er korte

Mange uddannelsesforløb inden for rengøringsbranchen er kendetegnede ved, at de kun varer få dage. Det er naturligvis svært at se, hvordan læreren skulle have tid til før- og efterforløb inden for så kort en periode. Hvordan kan læreren meningsfuldt arbejde bredt gennem et meget kort kursus?

Lettere på længerevarende forløb

.. og hvor kursister kommer fra samme virksomhed

Det bliver meget lettere at se den brede lærerrolle udfoldet i længere forløb, og især forløb hvor kursisterne kommer fra samme virksomhed, da det også bliver lettere at knytte an til virksomhedens bredere mål med uddannelse.

En af de udfordringer, der står tilbage, handler om, at lærerne skal finde måder at synliggøre arbejdsprocesserne på. Hvor skal tiden til at indgå i dialog med virksomheden findes henne?

- Kan en **synliggørelse** være med til at overbevise virksomheden om, at den bredere dialog er med til at sikre den nødvendige uddannelseskvalitet og at den dermed er værd at betale ekstra for?
- Kan **IKV** bruges mere aktivt som et redskab til at få dialogen med virksomheden og med den enkelte kursist og dermed som et redskab til at målrette undervisning?
- Er **virksomhedsnetværk** en velegnet måde til at få dialogen og den nødvendige information der kan give læreren en ballast til at knytte uddannelse til virksomheden i en bredere forstand? (se kapitel 3, hvor vi beskriver hvad et virksomhedsnetværk er).
- Kan den systematiske dialog med virksomheden styrkes ved at anvende **splitforløb** og bruge pausen midt i forløbet til at tilpasse og korrigere undervisningen?

2. Den gode undervisning

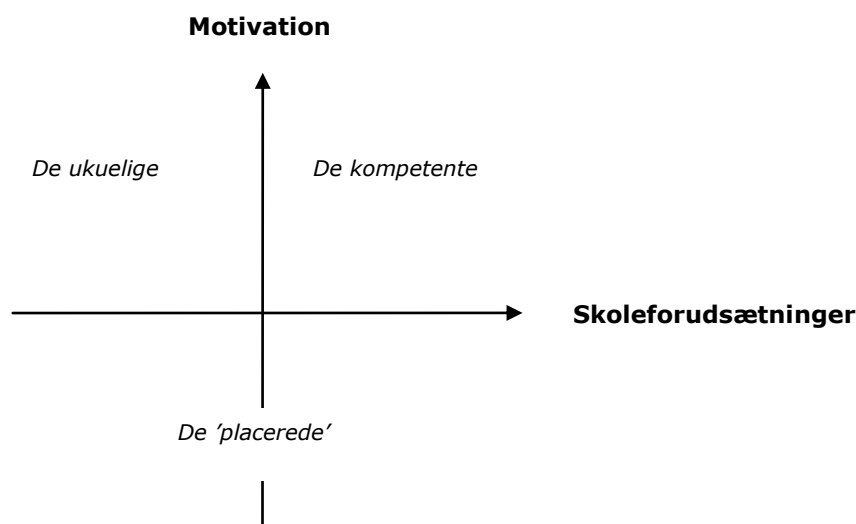
God undervisning som fantastisk ambassadør for AMU

Den gode undervisning er i sig selv en fantastisk ambassadør for AMU, da kursisternes positive oplevelser skaber lyst til mere uddannelse hos den enkelte og spredes som ringe i vandet hjemme på arbejdspladserne. Den gode undervisning kræver først og fremmest en engageret og kompetent lærer, der kan holde gejsten oppe og få det bedste ud af de givne økonomiske og politiske rammer. Vi har heldigvis mødt rigtig mange lærere, der brænder for deres faglighed og for at gøre en forskel for kursisterne.

Stor mangfoldighed blandt kursisterne

Kursisterne repræsenterer en meget stor mangfoldighed. Der er fx mange kursister fra andre kulturer, som har svært ved at tale og forstå dansk, ligesom der er en stor gruppe af kursister, som ikke har mange uddannelseserfaringer og som beskrives som meget usikre på, om de er gode nok. Derudover har vi interviewet kursister, der har været længe i branchen og nærmest tager uddannelserne som en 'brush-up' og endelig har vi mødt de - i uddannelsessammenhænge - kompetente kursister, som har let ved at tilegne sig viden og på forhånd har klare forventninger til udbyttet af kurset.

For overblikkets skyld kan kursisterne placeres i nedenstående figur afhængig af deres skoleforudsætninger og uddannelsesmotivation:



De 'placerede' kursister

Lav grad af motivation

De 'placerede' kursister har typisk en meget lav grad af motivation i forhold til det aktuelle rengøringskursus. Det er ofte ledige, der er blevet henvist uden selv at have yttret ønske om at ville arbejde med rengøring.

Intet ønske om at arbejde med rengøring

Nogen af dem kan slet ikke se sig selv i rengøringsbranchen, da de drømmer om at blive fx pædagogmedhjælper, sosuassistent, håndværker eller at arbejde med blomster. Dertil kommer, at flere af dem, vi har talt med, oplever at være blevet revet ud af et andet forløb, fx et sprogkursus, som de ellers var glade for og så som vejen til deres ønskejob.

Vidt forskellige skoleforudsætninger

Skoleforudsætningerne spænder vidt, fra kursister der har været uden for arbejdsmarkedets i længere tid, men som har en kort eller mellemlang uddannelse bag sig, til kursister med ingen eller meget mangelfuld skolebaggrund og som måske tilmed har store problemer med at forstå det danske sprog.

Møder op magtesløse, modløse og frustrerede

Fælles for denne gruppe af kursister er, at de ikke frivilligt er placeret på rengøringskurset og dermed ofte møder op med en form for magtesløshed, modløshed og frustration, hvilket ikke ligefrem befordrer motivation og lyst til at lære.

Først skal motivationen skabes

For at imødekomme denne gruppe af kursister kræver det, at lærerne bruger kræfter på at skabe motivation hos denne gruppe af kursister.

Ifølge lærerne handler det om indledningsvis at etablere et tillidsfuldt forhold og interessere sig for kursisternes historie. Lærerne skal spørge ind til disse kursisters bevæggrunde, tage dem alvorligt og herefter tage udgangspunkt i kursisternes ønsker. Fx kan lærerne med fordel fortælle, at en uddannelse inden for rengøring også kan være et skridt på vejen til at blive sosuassistent eller noget andet, da de lærer mange ting, der også er anvendelige i andre jobs. Desuden er uddannelse jo en livslang opgave, så mulighederne udtømmes ikke ved, at de starter med en rengøringsuddannelse.

Synliggørelse af mulighederne i rengøringsbranchen

Vi har mødt flere eksempler på, hvordan lærere har formået at vende den indledende modløshed og frustration til troen på at rengøringsuddannelserne og et efterfølgende job i branchen kan være et meningsfuldt skridt på vejen til deres karrieredrømme.

Kursisterne fortæller, at de er positivt overraskede over, hvor meget der er at lære. De troede jo, at de allerede kunne gøre rent, men gennem uddannelsen har de fået meget ny viden, som betyder, at faget åbner sig på en ny måde for dem. Derudover har de fokus på alle de moderne hjælpemidler, som hjælper dem til at ændre branchen fra arbejde præget af hårdt nedslidende arbejde til arbej-

de præget af stor faglighed og mange muligheder.

De ukuelige kursister

Motivationen i top

De ukuelige kursister har vi valgt at kalde den gruppe, der ikke har de bedste skoleforudsætninger med sig, hvad enten det skyldes en mangelfuld skolebaggrund og/eller i rigtig mange tilfælde genvordigheder med det danske sprog, men som til gengæld er meget motiverede for rengøringsuddannelse.

Kender branchen

De har typisk været i branchen i flere år og er glade for deres rengøringsjob. Nogle af dem har aldrig været på kursus trods mange års erfaring, mens andre har været på uddannelse tidligere og nu ønsker en 'brush-up', - at få genopfrisket og opdateret viden.

Fagligt stolte

Denne gruppe af kursister er på forhånd engagerede og fagligt stolte. De sætter en ære i at gøre ordentligt rent og nyder den rengøringsfaglighed, de møder på kurserne.

Kræver praksisnær undervisning

De lægger vægt på at kunne bruge det, de lærer på kurset, direkte i deres daglige arbejde og nyder derfor rigtig godt af en meget praksisnær undervisning, der tager udgangspunkt i de problemstillinger, kursisterne kan genkende. Fx ved at gå rundt på skolen og finde de typer gulve/overflader, som kursisterne arbejder med i deres daglige arbejde og diskutere og illustrere, hvordan de bedst håndteres.

I forlængelse heraf ønsker nogle af de kursister, som vi har mødt inden for denne gruppe en tydeligere praksisrettethed mod netop den type af rengøring, som de arbejder med hjemme på arbejdspladsen. Det være sig rengøring på skoler, på hospitaler eller lignende.

Skoleforudsætninger og danskundskaber halter

Det er som nævnt ikke motivationen, der mangler for denne gruppe kursister, men derimod - i varierende grad - deres skoleforudsætninger. Rigtig mange af de 'ukuelige' kursister vil ofte have vanskeligt ved at forstå dansk og dermed begrænset udbytte af en traditionel undervisningsform.

Det kan derfor være vigtigt at tage udgangspunkt i de erfaringer, som de allerede har. En måde, det har været gjort på, er, at alle er blevet bedt om at tage de rengøringsmidler med, som de anvender hjemme på arbejdspladsen. På den måde skaber læreren et godt grundlag for en fælles snak om overflader, midler og materialer.

Visuelle virkemidler og fysiske øvelser

Det kan også være vigtigt at supplere de mange ord med øvelser, der i højere grad er praktiske, aktivt involverende og visuelle. Fx øvelser, hvor kursisterne skal bevæge sig rundt i lokalet som brikker på et spillebræt, for at besvare spørgsmål³.

³ Se henvisning side 5.

To-lærerordning

Der er allerede mulighed for to-lærerordninger, hvor der er tilkøbt en danskunderviser. Det er der rigtig gode erfaringer med rundt omkring. Desværre er det ikke vores indtryk, at denne ordning bliver benyttet i særlig stor udstrækning, da virksomhederne har haft svært ved at undvære deres medarbejdere i særlig lang tid ad gangen. Måske ændrer konjunktursvingningerne på dette, så der fremover vil vise sig nye muligheder for at styrke undervisningen på den sproglige side.

De kompetente kursister

De kursister, vi her kalder kompetente, er karakteriseret ved at have gode skoleforudsætninger og tilmed stor rengøringsfaglig motivation. De er fuldt fortrolige med det danske sprog og har tidligere erfaringer med (efter)uddannelse.

Ønsker højere tempo og større udfordringer

De volder i sig selv ikke de store udfordringer, men på de meget blandede hold vil de ofte opleve, at undervisningen foregår på et for lavt niveau. De ønsker et højere tempo og en højere grad af udfordring. De opfatter læren som dygtig nok og tilskriver det lave niveau i undervisningen, at der er mange, der har et meget dårligt dansk og har brug for meget grundige instruktioner og forklaringer.

Kræver opmærksomhed

Det er vigtigt, at underviserne også finder måder at matche denne gruppe kursister på, da de hurtigt kan blive dårlige ambassadører for AMU, hvis de går hjem fra kursus med den oplevelse, at de kedede sig, ikke blev tilstrækkeligt udfordret og ikke lærte tilstrækkeligt.

I alle tilfælde kan man sige, at denne gruppe forventer en undervisning, der matcher deres forventninger. En undervisning, hvor de også kan lære noget, selv om andre kursister på holdet måske skal starte et helt andet sted – og først have skabt motivation.

Kalder på differentieret undervisning i yderste potentens

Mission impossible

Lærerne skal kunne håndtere denne meget brede vifte af kursister med vidt forskellige forudsætninger og med forskellig motivation. Ofte endda på samme hold og uden kendskab til forskellene før kursusstart. Lærerne må derfor indledningsvis bruge noget tid på at spore sig ind på de enkelte kursisters motivation og forudsætninger for efterfølgende at kunne tage udgangspunkt i hver enkelt kursist. Da rengøringskurserne som nævnt ofte er meget korte forløb på én eller to dage, er det naturligvis ikke en let opgave både at skulle nå at danne sig et kvalificeret indtryk af de enkelte kursisters forudsætninger og motivation og ikke mindst differentiere undervisningen på baggrund heraf.

Kalder på løbende kompetenceudvikling af lærerne

På baggrund af den udfordring som lærerne her stilles overfor, er det vigtigt også at prioritere deres kompetenceudvikling. Vi har mødt faglærergruppen i form af en række meget garvede faglærere, der gennem mange år har opnået erfaring og viden, som giver dem mulighed for at møde disse udfordringer med stor kreativitet, ihærdighed og dygtighed. De beskriver dog også, hvordan der hele tiden kommer nye undervisere inden for branchen, som ikke har ret megen rengøringsfaglig og pædagogisk ballast. Det er vigtigt at overveje, hvordan den viden, som de erfarne lærere har, kan deles og udvikles sammen med de nye lærere, ligesom det er vigtigt løbende at have fokus på erfarne læreres kompetenceudvikling. Det kan fx ske på faglærerkonferencer, gennem lærernetværk eller hvis de samarbejder omkring udvikling af konkrete undervisningsmaterialer mv.

Viser dem de videre perspektiver

Markedsføring under uddannelsen

En måde at forholde sig til kursisternes individuelle forudsætninger og samtidig lave gratis markedsføring er at gøre kursisterne opmærksomme på andre af skolens uddannelser og gerne tage dem med på en lille guidet tur rundt på skolen. Lærerne kan på denne måde vise kursisterne de videre perspektiver med uddannelse og vejen frem i branchen.

På besøg hos serviceassistenterne

Vi har mødt lærere, der tager kursisterne på AMUs rengøringskurser med på besøg hos eleverne på serviceassistentuddannelsen.

Her får læreren en af serviceassistenteleverne til at fortælle lidt om uddannelsen og skaber hermed rammerne for en uformel snak mellem kursisterne, som er med til at vise dem, hvad uddannelse betyder og kan føre til.

Kursisterne får meget ud af at møde serviceassistenteleverne og stille dem spørgsmål. Det giver kursisterne mulighed for at identificere sig med eleverne og med egne øjne se, at også fx ældre kursister og kursister med anden etnisk baggrund er glade for uddannelse.

På denne måde får kursisterne set mulighederne i branchen og de får styrket motivationen til uddannelse gennem fokus på faglighed.

Arbejdspladsbesøg

På nogle af de længere forløb, hvor holdene består af både ledige og beskæftigede kursister, er det også en mulighed at være opmærksom på de kursister, som er glade for deres arbejde og eventuelt besøge deres arbejdsplads. Dette skaber både nye perspektiver og motivation hos resten af holdet og ydermere er der måske kollegaer fra arbejdspladsen, som bliver nysgerrige på uddannelse.

3. Det gode samarbejde

Det gode samarbejde mellem de mange aktører står helt centralt i bestræbelserne på at få mere uddannelse inden for rengøringsbranchen. Det drejer sig om samarbejdet mellem virksomheder, skoler, jobcentre og a-kasser. I dette kapitel vil vi ud fra et skoleperspektiv beskrive de gode erfaringer, der er omkring dette samarbejde.

Samarbejdet med virksomhederne

Det gode samarbejde med virksomhederne er ikke altid nemt:

Nogle virksomheder sætter ikke selv uddannelse på dagsordenen. Måske ved de ikke, hvad AMU er, og bruger kun uddannelse tilfældigt uden helt at kunne se, hvad de får ud af det.

Virksomhederne vil 'se giraffen'

Andre virksomheder er derimod meget ambitiøse og kræver en aktivt opsøgende rolle. De vil ikke nøjes med at få en brochure ind ad brevskrækken, men forventer, at der kommer en lærer ud til dem og indgår i en seriøs sparring omkring, hvordan skolens uddannelsesmuligheder kan knyttes til virksomhedens kompetenceudviklingsbehov. De vil helst 'se giraffen' og om muligt have kendskab til den konkrete lærers cv. Set fra deres perspektiv er det ikke et 'system', de handler hos, men snarere den konkrete lærer og hans/hendes kompetencer⁴.

En brochure er sjældent nok!

Som nævnt flere gange tidligere i denne rapport ser vi, at AMU skal finde måder at komme i dialog med begge typer af virksomheder. Fællesnævneren for de to typer af virksomheder – hvor forskellige de end er – er, at en brochure ikke er nok til at gøre opmærksom på de muligheder, der ligger inden for AMU. Dialogen skal være mere direkte.

På skolen er det ofte en konsulent, der har den første kontakt, og når den er på plads, er det lærerens opgave at indgå i samarbejdet omkring det konkrete kursusindhold. Arbejdsdelingen kan være forskellig fra skole til skole. Det vigtige er:

Kræver tydelig arbejdsdeling

- at arbejdsdelingen tydelig, og at læreren og konsulenten kender den.
- at arbejdsdelingen giver mulighed for både lærer og konsulent til at gøre det, de er bedst til.

⁴ Denne tendens understreges også i et TUP projekt fra Tietgenskolen: Evaluering og AMU kvalitet – Hvordan? (2006). Her lyder en af virksomhedernes ønsker således: "Åbenhed omkring og 'markedsføring' af den enkelte underviser/konsulents kompetencer og erfaringer. Som en virksomhed udtrykker det "Man kan ikke undervise i ledelse, uden selv at have været leder".

- at arbejdsdelingen giver det bedste grundlag for en god kontakt til virksomheden gennem hele uddannelsesforløbet (før, under og efter)

Uanset hvem der står for at etablere kontakten til virksomhederne, synes opgaven stor. Der kræves bl.a. et godt lokalt erhvervs-kendskab: Hvilke virksomheder er der? Hvad arbejder de med? Hvad er de optagede af? Hvordan kan AMU bidrage til deres udvikling og vækst?

Hvad er et virksomhedsnetværk

En af måderne at få en masse 'gratis' viden på er at etablere virksomhedsnetværk. Det er en indirekte måde at markedsføre på, hvor skolen får en masse ekstra informationer om hvad der foregår i branchen og dermed gode muligheder for at byde ind med relevante uddannelses-tilbud.

Hvad er et netværk

Et virksomhedsnetværk er, som navnet siger, et netværk af virksomheder, som har en fælles interesse i at samarbejde omkring fx uddannelse. Ofte er uddannelsesområdet dog kun ét blandt mange andre områder, der samarbejdes omkring. Faktisk er det erfaringerne fra denne undersøgelse, at netværket ikke etableres omkring uddannelse, men starter med lettere tilgængelige emner, som alle har en indlysende interesse i at mødes med ligsindede omkring, det kan fx være sygefravær eller trivsel i bredere forstand.

Et virksomhedsnetværk er ideelt set en markedsføringsmetode, som både skoler og virksomheder oplever gevinst ved:

Fordele for skolen

Skolen får indblik i, hvad der rører sig i branchen og herved mulighed for at koble sig meget direkte på helt aktuelle uddannelsesbehov. De kan på den måde sikre sig, at de sælger uddannelse, hvor det er mest relevant, og undgår den situation, hvor de skal overbevise virksomheden om et behov.

Fordele for virksomheden

Virksomhederne får mulighed for uddannelse, der relaterer sig meget direkte til deres behov. Samtidig kan netværket bruges som et forum til en række andre ting end uddannelse: Praktisk koordinering omkring rekruttering, personalebytte, generel inspiration osv.

Et velfungerende netværk er kendetegnet ved, at deltagerne inspirerer hinanden til uddannelse og selv tager et vist ansvar for at forpligte hinanden på kursister. Dette sker som en umiddelbar konsekvens af, at hvis de andre virksomheder i netværket ikke sender de kursister, som de har lovet, kan deres egne medarbejdere heller ikke komme på uddannelse. På den måde styrkes ejerskabet og ansvarsfølelsen for at holde deres aftaler.

LUU deltager på netværksmøderne

I vores undersøgelse har vi set eksempel på, hvordan det lokale uddannelsesudvalg (LUU) er inddraget i et konkret virksomhedsnetværk. De deltager på netværksmøderne, hvor de bl.a. skriver referat, hvilket hjælper med at holde fast på de aftaler der indgås mundtligt. Skolernes erfaring er, at det er vigtigt at tiden mellem netværksmøderne og kursusstart ikke er for lang for at holde vind i sejlene.

Netværket muliggør brancheløft i en bredere forstand

Igennem netværket får skolerne mulighed for at koble sig meget direkte på virksomhedernes behov og prioriteter, hvilket virker som en forholdsvis let og omkostningsbevidst måde at gøre det på frem for at besøge hver enkelt virksomhed. Desuden er der ting, der lader sig gøre, netop fordi de er fælles. Ikke bare rent praktisk, men også fordi det kun giver mening rent indholdsmæssigt, hvis flere virksomheder er med. Hvis målet fx er at give rengøringsbranchen et imageløft gennem målrettet uddannelse, giver det kun mening, når mange virksomheder deltager. Imageløft er en opgave, der kræver en vis volumen.

Samarbejdet med de 'nye' jobcentre kører endnu ikke på skinner

Samarbejdet med jobcentre og a-kasser

De seneste års omfattende omlægninger i indsatsen over for ledige har flere steder nærmest lammet samspillet mellem jobcentre og AMU. Flere skoler beretter, at de tidligere havde et godt samarbejde med arbejdsformidlingerne, men at noget tilsvarende endnu ikke er på plads med jobcentrene, som trods alt har eksisteret siden 2007.

Skolerne kigger derfor mod virksomhederne

Vi har endda mødt skoler, der har meldt klart ud, at det har været for ressourcekrævende at forsøge at skabe et frugtbart samarbejde med jobcentrene målt i forhold til antal kursister, og derfor har disse skoler i stedet valgt at benytte de seneste års høje beskæftigelsesgrad til at prioritere kontakten til virksomhederne og dermed de beskæftigede kursister.

Kontinuitet i kontakten er en udfordring

Jobcentrene har generelt været præget af stor medarbejderudskiftning og travlhed, og samtlige af de skoler, vi har talt med, har oplevet, at det har været vanskeligt at komme i kontakt med de rette medarbejdere og få en vis kontinuitet i kontakten.

I vores caseundersøgelse har vi selv erfaret, at det kan være svært at komme i kontakt med jobcentrene. Flere steder har vi oplevet stor travlhed og medarbejdere, som har været nødt til at melde fra i forhold til at deltage i et interview, da de ikke har haft de nødvendige ressourcer.

Forskellige logikker

En anden udfordring knytter sig til skolernes og jobcentrenes forskellige logikker.

Jobskabelse over for...

Jobcentrenes primære opgave er jobskabelse og de skal skabe hurtige resultater inden for de enkelte ledighedsperioder. Det betyder konkret, at de ikke kan vente i længere perioder på, at der er nok deltagere til, at hold kan oprettes på AMU.

... uddannelse

Skolerne har derimod uddannelsesperspektivet forrest. Denne forskel forstærkes yderligere af den højkonjunktur, der har præget den periode, som denne undersøgelsen er lavet i. Forstået sådan, at det er meget svært at argumentere for uddannelse, når virksomhederne har travlt og mangler arbejdskraft og derfor ikke er blege for at ansætte medarbejdere uafhængigt af deltagelse i fx AMU rengøringsuddannelser. Uddannelse opleves i sådanne tider altså langt fra som en nødvendighed for ansættelse.

'Svage' ledige uden for AMU-målgruppen

Hertil kommer, at der i en periode med få ledige er relativt mange 'svage' ledige, da det er dem, der kommer sidst i job. Jobcenteret peger på, at denne gruppe af ledige ofte er langt fra at være parate til arbejdsmarkedet og derfor ikke kan gøre brug af uddannelser i AMU-regi.

Imageløft af AMU og rengøringsbranchen

Manglende kendskab til AMU og rengøringsbranchen

Et andet aspekt er, at det manglende samarbejde skyldes, at medarbejderne i jobcentrene ikke har et udbygget kendskab til mulighederne i AMU systemet og at flere af dem har et forældet billede af rengøringsbranchen.

Rengøringsbranchen opfattes som en 'sur klud'

Således fortalte en sagsbehandler i et jobcenter, hvordan hun længe havde gået med en opfattelse af rengøringsbranchen som en 'sur klud'. Hun havde levende billeder af sin egen mormors store og meget beskidte rengøringskittel og nedslidte krop.

.. af både sagsbehandlere og ledige

Denne opfattelse af rengøringsbranchen oplever sagsbehandlerne går igen hos de ledige, der typisk rynker på næsen af rengøringsbranchen. Sagsbehandlerne oplever, at det er utrolig svært at motivere de ledige til at uddanne sig og arbejde inden for rengøringsbranchen.

I tider med lav ledighed er det muligt at få ufaglært arbejde inden for andre brancher, hvilket sagsbehandlerne oplever, at flere ledige hellere vil frem for at satse på rengøringsbranchen.

Branchens job- og udviklingsmuligheder synliggjort på intromøde

Netop sagsbehandlerne tidssvarende opfattelse af rengøringsbranchen og deres evner til at formidle det over for de ledige er afgørende.

Først for nylig havde ovennævnte sagsbehandler deltaget

i et introduktionsmøde på skolen for ledige og her hørt lærerne passioneret fortælle om rengøringsuddannelsen, jobmulighederne i branchen og med egne øjne set de moderne redskaber, der benyttes.

Det gav sagsbehandleren en hel anden mulighed for efterfølgende at medtænke mulighederne i AMU i aktiveringsindsatsen og ikke mindst kunne tale varmt for rengøringsbranchen til de ledige, der kunne have glæde af det.

Rengøringsbranchen trænger til 'imigeløft'

Sagsbehandlerne oplever altså, at det er svært at motivere ledige til en branche, der behæftes med 'lavstatus'. Men i lyset af sagsbehandlerens egen øjenåbner efterlyser hun en massiv indsats i forhold til at give rengøringsbranchen et 'imigeløft'.

AMU har altså en opgave liggende i forhold til at udbrede kendskabet til AMU på jobcentrene og synliggøre et opdateret billede af rengøringsbranchen.

Synliggørelse af AMU via konsulent til stede på jobcenteret på faste dage

Det kan gøres på mange måder. Vi har set eksempler på skoler, der ser den nye situation med flere ledige som en anledning til, at en repræsentant fra AMU er til stede i jobcenteret fx en formiddag om ugen. Det arrangeres i forbindelse med fælles informationsmøder for de ledige.

På informationsmødet på jobcenteret får de ledige besked om, at konsulenten fra AMU er til rådighed med råd og vejledning om uddannelse de næste par timer, hvor de ledige alligevel skal vente på at komme til individuelle samtaler med sagsbehandlerne.

Erfaringerne viser, at de ledige benytter sig af muligheden for at stille spørgsmål eller bare høre lidt mere om mulighederne.

Som en ekstra bonus viser det sig, at også flere sagsbehandlere benytter 'AMU-ekspertisen' i huset til løbende at stille spørgsmål, hvilket naturligvis øger deres kendskab til AMU og dermed deres mulighed for at tænke også rengøringsuddannelse aktivt ind i aktiveringsindsatsen.

Kombineret med målrettet og vedvarende markedsføring af specifikke kurser

Sådan en synlighed af AMU på selve jobcentrene kan udvides og tænkes som et mere direkte parløb mellem AMU og jobcentrene.

På det jobcenter, vi besøgte, fik vi indtryk af, at det var ret tilfældigt, hvad de enkelte sagsbehandlere kendte til af uddannelsesmuligheder og dermed hvilke forløb, de visiterer til. Fx fortalte en sagsbehandler, hvordan hun gennem de seneste par uger havde visiteret indgående til et kursus inden for havebrug, så kurset kunne fyldes op og gennemføres.

At det lige var dette havekursus, der fik opmærksomhed forklarede sagsbehandleren med, at kursusrepræsentan-

ten var mødt personligt op og løbende fulgte med i visitationen.

Eksemplet peger på, at AMU med fordel kunne kombinere sin tilstedeværelse på jobcentrene ved introduktionsmøder med en målrettet og vedvarende markedsføring af fx specifikke rengøringsuddannelser.

Jobcentrene efterlyser bedre 'udnyttelse' af skolernes virksomhedskontakter

En anden mulighed for yderligere samarbejde mellem AMU og jobcentre luftes af jobcentrene. Både ledelse og medarbejdere på jobcentret har nemlig efterlyst, at skolerne bruger deres gode kontakter til virksomhederne til at skabe konkrete aftaler om efterfølgende jobs for deltagerne. Selv om det er jobcentrenes formelle ansvarsfelt, er det et område, hvor den enkelte sagsbehandler kan mangle viden, og samarbejdet med fordel kan nytænkes og udvikles til glæde for både jobcenter, skole og den ledige.

Som nævnt har dannelsen af jobcentre og den lave ledighed ikke været befordrende for samarbejdet mellem AMU og jobcentrene. Og udsigten til at kommunerne overtager den statslige del af jobcentrene d. 1. august 2009, peger umiddelbart på endnu en kommende periode, hvor mange af jobcentrenes kræfter går på at finde deres ben i en ny struktur.

Flere ledige – gode forudsætninger for samarbejde

Med henblik på en stigende ledighed er der imidlertid tydelige tegn på, at forudsætningerne for det gode samarbejde allerede har ændret sig til det bedre. Dette gælder måske især den store gruppe af nydanskere, som gennem perioden med højkonjunktur har fået en fod ind på arbejdsmarkedet, men nu står i farezonen for at miste deres job. Det bliver derfor relevant at overveje, hvordan AMU kan hjælpe denne gruppe med at fastholde en tilknytning til arbejdsmarkedet ved at styrke deres uddannelsesballast.

Hvad kendetegner det gode samarbejde

Eksempel på samarbejde

Umiddelbart er der mange grunde til, at samarbejdet mellem AMU og jobcentre ikke alle steder kører på skinner. Heldigvis er der også eksempler på det modsatte. Gennem vores caseanalyse er vi fx blevet opmærksomme på et eksempel på et samarbejde mellem en skole, et jobcenter, en sprogskole, a-kasser, relevante organisationer og virksomheder i forbindelse med et 13 ugers rengøringsuddannelsesforløb kombineret med praktik for ledige.

I dette projekt havde aktørerne søgt og fået midler fra det lokale beskæftigelsesråd.

A-kasserne og jobcenteret påtog sig opgaven at screene for relevante ledige og dermed visitere samtlige ledige til projektet.

Skolen arrangerede et intromøde, hvor de ledige og deres familiemedlemmer kunne høre om forløbet, indholdet i rengøringsuddannelsen og mulighederne i branchen. 3F sponsorerede en tolk til intromødet. Under intromødet var der afsat tid til mere uformel snak med lærerne, de andre ledige, de deltagende sagsbehandlere mv. og mod slutningen af mødet skulle de ledige komme med en første udmelding på, om de var interesserede i at deltage. Både jobcenteret og skolen har givet udtryk for, at det har været et ressourcekrævende, men meget vellykket samarbejde. De understreger, at et sådant samarbejde kræver:

- Forståelse af hinandens logikker
- Ledelsesprioritering på skole, virksomheder, jobcentre og A-kasser
- Politisk prioritering i kommunen/regionen fx i forhold til at modtage økonomisk støtte
- Ansatte, der føler sig ansvarlige for området, og sikrer, at projektet prioriteres i en travl hverdag
- En styregruppe med faste møder og meget gerne personlige relationer

Et kig fremad

Vi startede med en konkret udfordring: Hvordan kommer der flere på AMU rengøringsuddannelse. Vi har spurgt fire aktører, der har hver deres svar. På tværs af de fire svar er det tydeligt, at det kun fungerer, hvis samarbejdet mellem skoler, virksomheder, jobcentre og a-kasser fungerer godt.

Samarbejdet omkring de ledige

Vores indtryk er, at **samarbejdet omkring de ledige** har haft svære kår i tiden med højkonjunktur, da det har været muligt at få job uden uddannelse. Konjunkturerne ændrer sig i øjeblikket, og de ledige bliver igen en aktuell målgruppe. Nogle lærere fortæller, at de allerede ser dem som 'perler på en snor'. Det er vigtigt ikke at bruge denne situation til at mindske fokus på behovet for differentieret undervisning. Tværtimod er det vigtigt at holde fast i den høje undervisningskvalitet, som vi har set rundt omkring på skolerne. AMU har ikke råd til at uddanne dårlige ambassadører. Udfordringen ligger i at møde den mangfoldighed af forudsætninger og forskellig motivation, som findes hos kursisterne, og give dem alle uddannelse at bygge videre på. Vores budskab er altså, at skolerne ikke må hvile på laurbærrene, men at de skal bruge den gunstige situation (rent kursistmæssigt) til at sætte styrket fokus på differentieret undervisning.

Samarbejdet med virksomhederne

Vi tror **samarbejdet med virksomhederne** skal styrkes. AMU har stadig brug for at tydeliggøre de muligheder, der ligger i systemet omkring fleksibel og virksomhedsrettet undervisning. En brochure er ikke nok, virksomhederne efterspørger den direkte dialog med skolerne. Virksomhederne ønsker uddannelse, der understøtter deres strategiske målsætninger. AMU har selvfølgelig en forpligtigelse til at uddanne alment og skal derfor holde sig inden for rammerne af de gældende målbeskrivelser. Men det råderum, der er inden for målbeskrivelserne til at rette undervisning mod virksomhedens behov, mener vi bør udnyttes, og det skal tydeliggøres for virksomhederne, hvilke brede gevinster der er ved uddannelse inden for rengøringsbranchen. I dette perspektiv er målet ikke bare at få flere på uddannelse, men at uddannelse indgår i større sammenhænge og knyttes til bredere gevinster såsom mindsket sygefravær, bredere jobs, mindre nedslidning og et generelt styrket fysisk og psykisk arbejdsmiljø.

Lærernes kompetencer

Alt dette stiller store krav til **lærernes kompetencer**. De skal indgå i undervisning som totalleverance i samarbejde med andre faggrupper på skolerne. Måske skal lærerne have mere direkte kontakt med virksomhederne, hvilket stiller krav om bredere kompetencer end de rengøringsfaglige og de pædagogiske kompetencer. Udfordringen omkring differentieret undervisning kræver også et højt fagligt og pædagogisk niveau. Vores indtryk er, at branchens lærere består af en gruppe højt kvalificerede fagli-

ge ildsjæle. De fortæller dog også, at der hele tiden kommer nye ind i branchen, som ikke er fagligt uddannede inden for rengøring. Det er vigtigt også at få disse nye lærere med, da lærernes faglige niveau er en meget vigtig forudsætning for, at branchen samlet set kan løftes. Det kan bl.a. gøres ved at dele viden på faglærerkonferencer og ved at deltage i netværk for rengøringslærere. Det kan også ske ved, at de nye lærere får mulighed for at undervise sammen med mere erfarne lærere. I alle tilfælde kræver dette også ledelsesmæssig prioritering.