

Styrkede rammer for kommunikation om ernæringsassistentuddannelsen

Test af seks kernebudskaber for en øget rekruttering af
grundskoleelever og ufaglærte studenter



Indhold

Indledning.....	2
Mål.....	3
Målgrupper.....	5
Kernebudskaber.....	5
Metode.....	7
Resultater.....	10
Opsamling og anbefalinger til det videre arbejde	23
Bilag 1 – Præsentation af kernebudskaberne.....	26

Indledning

Det Faglige Udvalg for Ernæringsassistentuddannelsen (FUE) har i 2024-2025 gennemført et projekt i samarbejde med Carelink Gruppen, med et formål at afklare, hvordan man kan øge grundskoleelevers og ufaglærte studenter kendskab til og interesse for ernæringsassistentuddannelsen. Som en del af projektet blev indledningsvist gennemført en erfaringsopsamling¹, og på baggrund af det udvalgte FUE i samarbejde med projektets aktørpanel tre indsatsspor til videre kvalificering og afprøvning: (1) Styrkede rammer for formidling, (2) Rollemodeller og faglig stolthed og (3) Madcollege/madskole.

Dette dokument er resultatet af udviklings- og afprøvningsprocessen i førstnævnte indsatsspor, som har sat fokus på at afprøve en **styrket ramme for kommunikation** om ernæringsassistentuddannelsen til **projektets to målgrupper (grundskoleelever og ufaglærte studenter)**, samt til forældre, vejledere og evt. andre aktører, der både direkte og indirekte påvirker de unges uddannelsesvalg.

Formål og fokus

Et målrettet kommunikationsarbejde er afgørende for at styrke rekrutteringen til ernæringsassistentuddannelsen. Uddannelsen kæmper med en lav synlighed, og manglende kendskab til uddannelsens unikke fordele betyder, at den ofte bliver overset til fordel for mere velkendte uddannelser. En strategisk og målrettet tilgang til kommunikationen kan sikre, at centrale budskaber om uddannelsen når ud til de relevante målgrupper og formidles på en måde, der taler direkte til deres interesser og behov.

Målet for udviklingsarbejdet har i den forbindelse været at udvikle og teste centrale kernebudskaber, der kan bruges som afsæt for fremtidige kommunikationsindsatser for uddannelsen. For at opnå dette er det afgørende at arbejde med differentierede kernebudskaber, som afspejler de forskellige behov og interesser hos målgrupperne.

Der er udviklet i alt **seks kernebudskaber**, som efterfølgende er testet på **10 elever fra grundskolen og fem ufaglærte studenter** via et fokusgruppeinterview og syv individuelle interviews.

I det følgende præsenteres resultaterne af arbejdet med at udvikle og teste seks kernebudskaber målrettet rekruttering til ernæringsassistentuddannelsen. Rapporten indledes med en **beskrivelse af kernebudskabernes mål og målgrupper** og de udviklede budskaber. Herefter følger et metodeafsnit, der beskriver afprøvningsdesignet og interviewene. Dernæst præsenteres resultaterne af budskabernes afprøvning - ét for ét - med både kvantitative vurderinger og kvalitative refleksioner

¹ Carelink Gruppen (2024): *Tiltrækning af grundskoleelever og ufaglærte studenter til ernæringsassistentuddannelsen - Resultater fra spor 1: Erfaringsopsamling.*

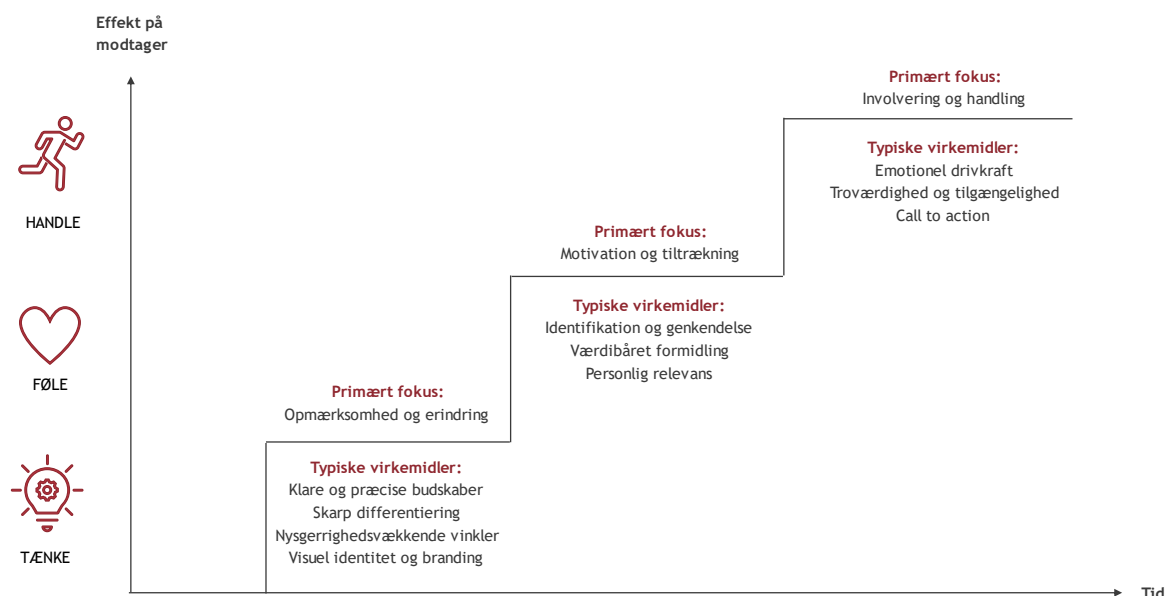
fra deltagerne. Afslutningsvis samles de væsentligste indsigter og erfaringer i en række anbefalinger til det videre arbejde med kommunikation om uddannelsen.

Mål

Det overordnede mål med kernebudskaberne er at styrke rekrutteringen af projektets to målgrupper til ernæringsassistentuddannelsen. Kommunikationstrappen, som er vist nedenfor, illustrerer tre grundlæggende niveauer i kommunikationsarbejdet med henblik på at styrke rekrutteringen til uddannelsen: (1) Skabe opmærksomhed og erindring om uddannelsen, (2) Skabe motivation og tiltrækning og (3) Skabe involvering og handling.

De tre niveauer afspejler en progression i, hvordan budskaberne påvirker målgruppen - fra at få dem til at **tænke**, dvs. skabe nysgerrighed og udfordre eksisterende forestillinger; til at **føle**, dvs. opleve relevans og tiltrækning; og endelig til at **handle**, dvs. engagere og motivere til konkret handling i retning af uddannelsen

Figur 2: Kommunikationstrappen



Med afsæt i kommunikationstrappens tre niveauer er der formuleret følgende delmål for kernebudskaberne på tværs af de to målgrupper:

1. Skabe opmærksomhed og erindring om uddannelsen. Herunder:



Give konkret viden om uddannelsen: Budskaberne skal være korte, klare og tydeligt vise, hvad uddannelsen indebærer, og hvilke muligheder den åbner op for. De er designet til at oversætte abstrakte begreber til konkrete eksempler og situationer, som målgrupperne nemt kan forstå og forholde sig til.



Differentiere fra andre madlavningsuddannelser: Det er vigtigt at fremhæve, hvordan ernæringsassistentfaget adskiller sig fra andre fag som kok eller smørrebrød/cater. Fokus er lagt på at synliggøre uddannelsens unikke kombination af madhåndværk, ernæringsfaglighed samt fokus på bæredygtighed og omsorg, der gør den til et særskilt valg.



Fremhæve uddannelsens alsidighed: Budskaberne skal illustrere bredden i uddannelsens karriereveje og arbejdsområder, så det står klart, at uddannelsen giver mange muligheder. Dette gør det lettere for målgrupperne at se, hvordan deres egne interesser kan omsættes i praksis.

2. Styrke motivation og tiltrækning. Herunder:



Skabe genkendelse og understøtte identifikation: Budskaberne skal afspejle målgruppernes virkelighed og interesser. Målgrupperne skal kunne spejle sig i dem, og de skal understøtte, at modtageren kan forestille sig selv i rollen som ernæringsassistent.



Appellere til målgruppens værdier: Fokus er lagt på at fremhæve værdier som fællesskaber, sundhed, bæredygtighed, social ansvarlighed og personlig udvikling, der resonerer med de primære målgrupper. Budskaberne er formuleret for at vække interesse og engagere målgrupperne gennem værdibaseret kommunikation.

3. Bidrage til involvering og handling. Herunder:



Skabe emotionel appel: Budskaberne skal vække følelser, der motiverer til handling. Fx ved at formidle mening, formål og stolthed ved faget, så målgruppen oplever, at det ikke blot er et arbejde - men et arbejde med værdi. Det handler om at gøre det attraktivt ikke bare at tænke "det lyder spændende", men at føle "det vil jeg være en del af".

Målgrupper

Kernebudskabernes målgrupper er grundskoleelever og ufaglærte studenter som de primære modtagere. Indenfor projektets rammer har fokus været på at teste budskaberne i forhold til disse primære målgrupper.

Grundskoleelever

Denne målgruppe står over for deres første store uddannelsesvalg, og undersøgelser viser, at flertallet opfatter gymnasiet som det mest oplagte og naturlige valg. Erhvervsuddannelser forbindes ofte med færre sociale fællesskaber, lavere faglige ambitioner og begrænsede karrieremuligheder. Samtidig mangler mange elever et klart billede af de konkrete job- og videreuddannelsesmuligheder, en erhvervsuddannelse kan føre til.² Disse opfattelser præger formentlig også synet på ernæringsassistentuddannelsen. Kernebudskaber til denne målgruppe bør derfor fremhæve uddannelsens kvaliteter - fx stærke fællesskaber, faglige udviklingsmuligheder og konkrete karriereveje - på en måde, der aktivt nedbryder de gængse forestillinger.

Ufaglærte studenter

Denne gruppe består af unge med en gymnasial baggrund, som ikke har gennemført en videregående uddannelse. Blandt denne målgruppe opfatter mange erhvervsuddannelser som irrelevante eller som et tilbageskridt. For nogle kan det endda vække en følelse af, at gymnasiet har været "spildt", hvilket kan forstærke modviljen mod at vælge en erhvervsuddannelse.² Kernebudskaber til denne målgruppe bør derfor tydeliggøre, hvordan ernæringsassistentuddannelsen kan bygge videre på deres eksisterende kompetencer, styrke deres faglige profil og åbne døre til attraktive karriereveje.

Kernebudskaber

Med afsæt i de beskrevne delmål er der i samarbejde med FUE og projektets aktørpanel udviklet seks kernebudskaber, hvoraf tre er målrettet grundskoleelever, og tre er målrettet de ufaglærte studenter.

Det er vigtigt at være opmærksom på, at budskaberne ikke kan stå alene i deres rå form. Deres reelle gennemslagskraft afhænger af, hvordan de bringes i spil i praksis. Budskaberne skal formidles gennem relevante kanaler, i øjenhøjde med målgruppen og med brug af virkemidler, der taler til de unges præferencer. Når budskaberne omsættes til levende, målrettet kommunikation - fx i form af fortællinger og narrativer, engagerende undervisningsforløb eller formidling via rollemodeller og sociale medier - kan de bidrage til at skabe opmærksomhed, vække interesse og motivere til

² Carelink Gruppen (2024): *Tiltrækning af grundskoleelever og ufaglærte studenter til ernæringsassistentuddannelsen - Resultater fra spor 1: Erfaringsopsamling.*

handling. Med andre ord: Det er først, når budskaberne bliver bragt til live i konkrete sammenhænge, at det fulde rekrutteringspotentiale opstår.

Set i det lys udgør budskaberne et strategisk grundlag for kommunikationen. De skaber en fælles retning og et tydeligt fokus for, hvad der skal formidles på tværs af kanaler og aktører. Samtidig fungerer de som pejlemærker, der understøtter sammenhæng og genkendelighed i indsatsen - uanset om den udfolder sig i undervisning, vejledning eller kampagner.

For hvert budskab er der formuleret en uddybende tekst, som forklarer, hvad budskabet dækker over, og hvordan det kan omsættes i kommunikationen med målgruppen. Derudover er der givet et eksempel, som illustrerer, hvordan budskabet kan konkretiseres og gøres levende og nærværende for modtageren.

Grundskoleelever

1. Skab sundhed gennem madhåndværk

Som ernæringsassistent kombinerer du praktisk madhåndværk med viden om sundhed og ernæring. Du laver måltider, der understøtter sundhed, udvikling og velvære for mennesker med forskellige behov.

Eksempel: "Planlæg fx måltider, der styrker børns udvikling, giver energi til efterskoleelevers aktive hverdag eller hjælper atleter med at yde deres bedste."

2. Skab fællesskaber gennem madlavning

Mad bringer mennesker sammen. Som ernæringsassistent styrker du styrker relationer og glæde omkring måltidet - både for dem, der spiser maden, og for dem, du arbejder med.

Eksempel: "Hver ret, du laver, kan skabe minder og styrke fællesskaber - både for dig og for dem, der nyder maden."

3. To veje i én uddannelse - EUX giver dig valgfrihed

Med EUX-uddannelsen får du både en studentereksamen og en erhvervsuddannelse. Det giver dig mulighed for at arbejde som ernæringsassistent eller læse videre på en bred vifte af uddannelser.

Eksempel: "Med EUX kan du både træde direkte ind på arbejdsmarkedet eller videreuddanne dig til fx procesteknolog eller professionsbachelor i ernæring og sundhed."

Ufaglærte studenter

4. Gør en forskel for andre gennem madlavning

Som ernæringsassistent bidrager du til livskvalitet og trivsel for mennesker, der har brug for støtte til deres ernæring. Du arbejder med social bæredygtighed ved at sikre, at alle - uanset deres behov - får god og nærende mad, der forbedrer deres livskvalitet.

Eksempel: "Gør fx en forskel for flygtninge og indvandrere, der skal finde sig til rette i et nyt land, mennesker med kroniske sygdomme eller unge i socialt udsatte situationer, der har brug for sunde og trygge måltider"

5. Bliv en del af den grønne omstilling

Som ernæringsassistent arbejder du med bæredygtige løsninger i praksis. Du kan reducere madspild, bruge sæsonens råvarer og udvikle klimavenlige måltider.

Eksempel: "Lav retter, der både smager fantastisk og bidrager til en mere bæredygtig fremtid - fx retter med grønne proteiner som bønner og linser."

6. Faglig udvikling - fremtidens muligheder venter

Uddannelsen som ernæringsassistent åbner døre til specialisering inden for fx bæredygtighed, børneernæring eller kost til mennesker med særlige behov. Den giver også et stærkt fundament for efter- og videreuddannelse.

Eksempel: "Hold dig opdateret med den nyeste viden og udvikl dig i takt med fremtidens krav til sundhed og ernæring."

Metode

For at sikre en reel vurdering af budskabernes kommunikative potentiale blev budskaberne testet i deres "rå form" - dvs. uden forudgående introduktion til ernæringsassistentuddannelsen. Tanken bag dette var, at deltagernes spontane reaktioner og refleksioner i højere grad ville afspejle de generelle målgruppers udgangspunkt. Selvom budskaberne er målrettet hver sin målgruppe, blev alle seks budskaber præsenteret for begge grupper for at belyse både specifikke og tværgående reaktioner.

Dataindsamling og deltagergrundlag

Afprøvningen blev gennemført via kvalitative interviews. Der blev afholdt ét fokusgruppeinterview med otte grundskoleelever samt individuelle interviews med to grundskoleelever og fem ufaglærte studenter. Fokusgruppeformatet gav mulighed for dynamiske samtaler, hvor deltagerne kunne bygge videre på hinandens input - en styrke i forhold til at afdække fælles forestillinger og nuancere

perspektiver. Samtidig indebærer formatet en risiko for, at enkelte stemmer dominerer, eller at deltagerne påvirkes af gruppens tone. De individuelle interviews gav derimod plads til mere personlige og uforstyrrede refleksioner. Kombinationen af de to interviewformer har bidraget til både bredde og dybde i afprøvningen.

Grundskoleeleverne kom fra 7.-9. klasse og var rekrutteret fra to skoler i hhv. Aarhus og Ringkøbing. Gruppen bestod af fem piger og fem drenge i alderen 12-15 år. De ufaglærte studenter var mellem 20 og 24 år og bosat i Aarhus og København. To gik på højskole, én fulgte en deltids danseuddannelse og arbejdede som rengøringshjælp, og to arbejdede som hhv. pædagogmedhjælper og cafémedarbejder. Gruppen bestod af tre kvinder og to mænd.

Interviewdesign og vurderingsparametre

Interviewene tog afsæt i en semistruktureret interviewguide, der kombinerede kvalitative spørgsmål med kvantitative vurderinger. Den kvantitative del var inspireret af øvelsen *Det Levende Barometer*, hvor deltagerne vurderede hvert budskab på en skala fra 1 til 10. Dette skabte et konkret afsæt for refleksion og kvalificerede samtalen om budskabernes indhold og effekt. Øvelsen er særligt anvendelig til evalueringer og afklaring af både individuelle og kollektive holdninger til et givent emne³.

Interviewene begyndte med tre opvarmningsspørgsmål, som afdækkede deltagernes forhåndskendskab til uddannelsen:

- *"Har du/l hørt om ernæringsassistentuddannelsen før?"*
- *"Hvad tror du/l, en ernæringsassistent laver?"*
- *"Hvis du/l skulle vælge en uddannelse, hvor mad var en del af arbejdet, hvad ville så være vigtigt for dig/er?"*

Herefter blev deltagerne præsenteret for ét budskab ad gangen og bedt om at vurdere det ud fra tre parametre:

1. Opmærksomhed og erindring om uddannelsen

Dette parameter handlede om at vurdere, om budskabet formidler klar, præcis og nysgerrighedsvækkende information om uddannelsens indhold og muligheder. Deltagerne blev spurgt: *"I hvor høj grad (på en skala fra 1-10) giver det jer et godt billede af, hvad uddannelsen går ud på, og hvad man kan bruge den til?"* Opfølgende blev de fx spurgt: *"Fremgår det tydeligt, hvordan uddannelsen adskiller sig fra fx kok eller cater?"* og *"Bliver det klart, hvilke forskellige jobmuligheder og veje uddannelsen kan føre til?"*

³ Bjerring, P. H. & Lindén, A. (2024): *Anerkendende procesøvelser – Veje til engagement og forankring*, Dansk Psykologisk Forlag.

2. Motivation og tiltrækning

Her var fokus på, om budskabet blev oplevet som relevant og vedkommende i forhold til deltagernes interesser og værdier. Deltagerne blev spurgt: *"I hvor høj grad (på en skala fra 1-10) synes I, det taler ind i jeres hverdag eller interesser?"* Opfølgende spørgsmål lød fx: *"Kan I se jer selv i det, der beskrives - virker det som noget, der kunne passe til jer?"* og *"Oplever I, at budskabet rammer noget, I går op i?"*

3. Involvering og handling

Dette parameter handlede om budskabets evne til at engagere deltagerne og vække lyst til at opsøge mere viden. Deltagerne blev spurgt: *"I hvor høj grad (på en skala fra 1-10) vækker det jeres nysgerrighed eller interesse for uddannelsen?"* Opfølgende blev de spurgt: *"Føles det som en uddannelse, man kan være stolt af?", "Giver budskabet jer lyst til at finde ud af mere - fx se videoer, snakke med nogen eller læse om uddannelsen?"*

Efter hver vurdering blev deltagerne opfordret til at komme med forbedringsforslag og refleksioner, før næste budskab blev præsenteret. I bilag 1 ses en oversigt over de seks budskaber sådan som de blev præsenteret i interviewene.

Refleksioner om afprøvningens præmisser og tolkning af resultaterne

Det er vigtigt at understrege, at afprøvningen er gennemført i et begrænset omfang og med et lille antal deltagere. Dertil kommer to metodiske forhold, som har væsentlig betydning for, hvordan resultaterne bør forstås:

For det første har flere af informanterne ikke været i en situation, hvor de selv stod over for at skulle vælge uddannelse - og endnu færre overvejede ernæringsassistentuddannelsen som konkret mulighed. Det betyder, at mange deltagere snarere forholdt sig hypotetisk til budskaberne ud fra spørgsmålet: *"Hvis jeg skulle finde dette interessant - hvad skulle der så til?"*. Deltagerne har med andre ord i høj grad reflekteret med udgangspunkt i deres forestillinger om, hvad der ville kunne tiltrække *andre* - fremfor ud fra en personlig motivation. Denne forskydning i perspektiv er vigtig at have i mente i fortolkningen af de kvalitative data.

For det andet blev det tydeligt i både fokusgruppe- og individuelle interviews, at de konkrete eksempler spiller en afgørende rolle for, hvordan deltagerne forstår og engagerer sig i budskaberne. Eksemplerne fungerer som oversættere, der gør det muligt for deltagerne at afkode, hvad budskabet egentlig handler om - og hvorfor det kunne være relevant. Det indikerer, at det i praksis ofte er samspillet mellem budskab og eksempel, der bliver afprøvet - og at budskabets effekt afhænger af, hvordan det bliver levendegjort og gjort genkendeligt gennem konkrete billeder og fortællinger.

Resultater

Kendskab og forestillinger om faget

Kun **tre ud af de 15 deltagere** havde hørt om ernæringsassistentuddannelsen forud for interviewet - alle tre var ufaglærte studenter. Kendskabet byggede på indirekte erfaringer, fx gennem tidligere kolleger eller efterskoleophold, men ingen af dem havde en klar forståelse af, hvad faget indebar.



Deltagernes forestillinger om, hvad en ernæringsassistent laver, kredsede generelt om ernæring og vejledning. Flere nævnte ernæringsudregninger, kostplanlægning og rådgivning - ofte med reference til diætistens rolle. Derimod havde ingen af dem blik for det **praktiske håndværk og madlavningens rolle** i faget.

"Måske noget med at regne noget ud om ernæring."

"Måske arbejder man med noget, der handler om ressourcer i forhold til, at de fattige lande får mad."

- Grundskoleelever

"Måske vejleder de køkkenpersonale i ernæring?"

"Jeg tænker, at de rådgiver og planlægger noget med mad. Sådan lidt ligesom diætister."

- Ufaglærte studenter

På spørgsmålet om, hvad der ville være vigtigt, hvis de selv skulle vælge et arbejde med mad, svarede grundskoleeleverne med fokus på samarbejde, fællesskab og gode råvarer - elementer, der relaterer sig til deres aktuelle hverdag og sociale behov. De ufaglærte studenter lagde derimod vægt på muligheden for at fordybe sig i madlavning og koblingen mellem mad og sundhed - med blik for faglig udvikling og fremtidige muligheder.

Sammenfattende peger svarene på, at grundskoleelever primært orienterer sig mod sociale relationer her og nu, mens de ufaglærte studenter i højere grad fokuserer på faglig fordybelse og udvikling. Denne forskel i perspektiv er i tråd med tidligere analyser og er væsentlig at have for øje i det videre arbejde med at målrette kernebudskaberne.

Vurdering af kernebudskaberne

Overordnet set vurderede de ufaglærte studenter budskaberne højere end grundskoleeleverne - særligt når det gjaldt motivation og involvering. Det skyldes blandt andet, at mange af de ufaglærte studenter var bedre i stand til at reflektere over budskaberne uafhængigt af deres personlige interesse i madlavning. De havde lettere ved at se indholdet i et bredere perspektiv og forholde sig til uddannelsens relevans.

Blandt grundskoleeleverne sås større forskelle i vurderingerne - særligt afhængigt af deres interesse for mad og deres evne til at koble budskaberne til deres egen hverdag. Det betyder dog ikke, at budskaberne blev afvist - tværtimod gav flere elever udtryk for nysgerrighed og engagement, når et budskab formåede at skabe konkrete billeder og pege på sociale eller praksisnære elementer. Det indikerer et positivt potentiale for at styrke budskabernes gennemslagskraft, hvis formidlingsformen tilpasses elevernes præferencer og erfaringsverden.

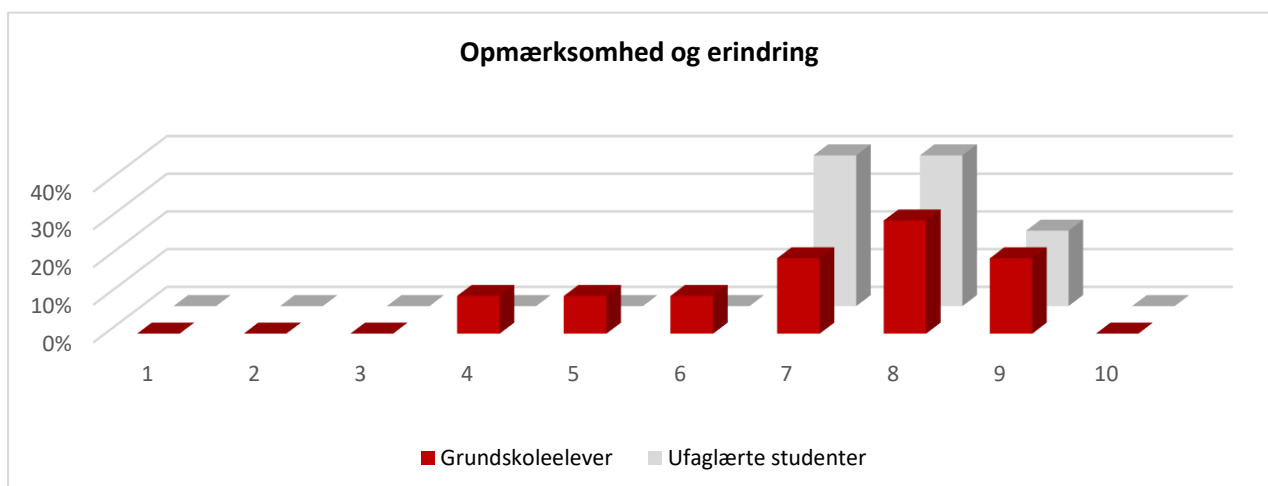
I det følgende præsenteres resultaterne for hvert enkelt budskab ud fra de tre parametre, som afprøvningen fokuserede på: (1) opmærksomhed og erindring, (2) motivation og tiltrækning samt (3) involvering og handling. For hvert budskab vises først deltagernes vurderinger i form af diagrammer, der illustrerer fordelingen af scores på tværs af de to målgrupper. Herefter følger en kvalitativ analyse med særligt fokus på, hvad der har styrket eller hæmmet budskabets gennemslagskraft hos deltagerne.

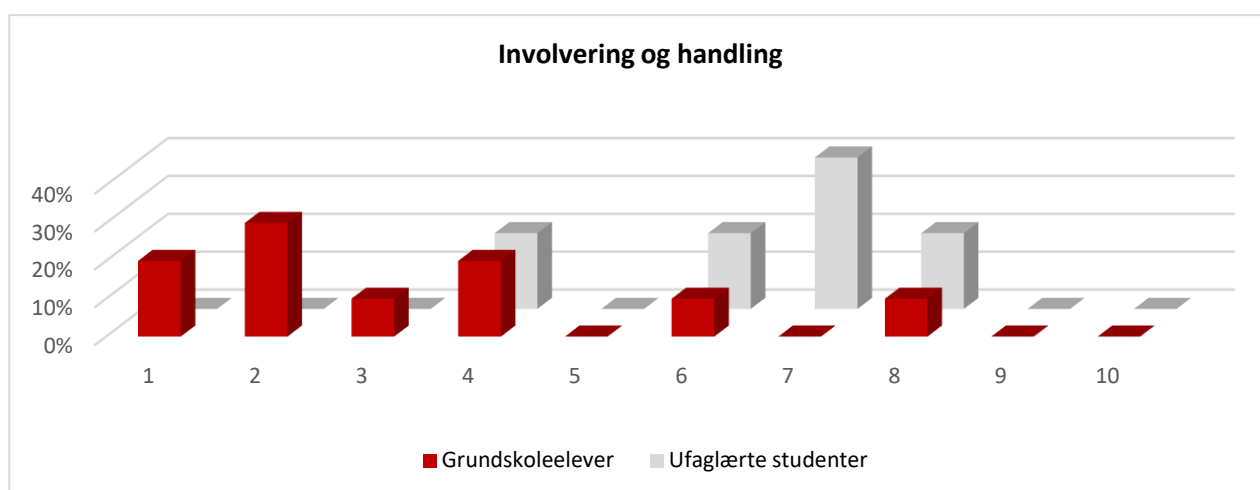
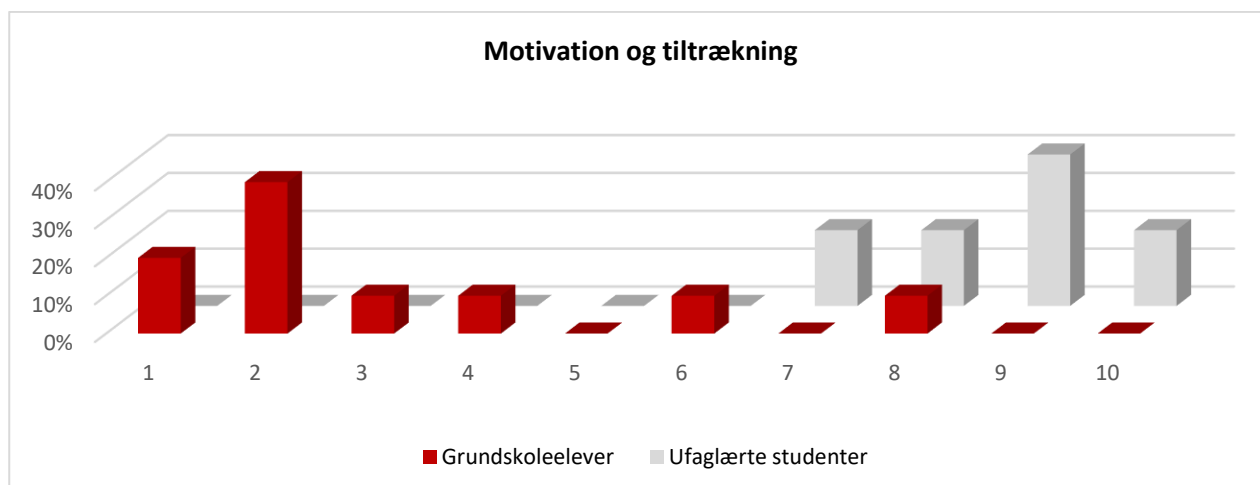
Kernebudskab 1: Skab sundhed gennem madhåndværk

Som ernæringsassistent kombinerer du praktisk madhåndværk med viden om sundhed og ernæring. Du laver måltider, der understøtter sundhed, udvikling og velvære for mennesker med forskellige behov.

Eksempel: Planlæg fx måltider, der styrker børns udvikling, giver energi til efterskoleelevers aktive hverdag eller hjælper atleter med at yde deres bedste.

Nedenfor vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.





Blandt **grundskoleeleverne** blev dette budskab generelt vurderet som let at forstå og skabte tydelig **opmærksomhed og potentiale for erindring**. Særligt det konkrete eksempel med børn og efterskoleelever vakte genklang og gjorde budskabet lettere at relatere til: *“Det der med at lave mad til børn eller på en efterskole, synes jeg, er meget interessant.”*

Dog varierede vurderingerne betydeligt, og på parametrene **motivation og tiltrækning** samt **involvering og handling** var der en stor andel, der placerede sig på 1, hvorved gennemsnittet blev lavt. Det skyldtes, at elever, der ikke allerede havde en interesse for madlavning eller sundhed, havde svært ved at engagere sig i budskabet. En elev sagde f.eks.: *“Jeg laver ikke mad, og jeg går ikke rigtig op i sådan noget madhåndværk eller sundhed.”* Enkelte elever med interesse for sundhed og mad gav dog udtryk for, at budskabet ramte noget, de kunne se sig selv i, og de placerede sig derfor højere på skalaen. Flere pegede også på, at budskabet skabte billeder og virkede meningsfuldt - især fordi det handlede om at gøre noget for andre og forbinde mad med trivsel. Det tyder på, at

det visuelle og praksisnære greb har et godt potentiale i denne målgruppe, især hvis det suppleres med endnu mere hverdagsnære eller sociale eksempler.

Perspektiverne fra de **ufaglærte studenter**, som budskabet ikke primært var målrettet, kan supplere billedet. Deres vurderinger var mere positive, især på parameteret motivation og tiltrækning, hvilket de begrundede i, at det kobledes an til noget konkret og håndgribeligt: *“Fedt med konkrete eksempler - det giver mening.”* Parameteret **involvering og handling** fik lidt lavere score, hvilket flere begrundede i et ønske om, at budskabet i højere grad også afspejlede uddannelsens indhold og læringsaspekter - altså, hvordan man gennem uddannelsen klædes på til at arbejde med sundhed i praksis: *“Den går meget på jobbet, men jeg er ikke blevet klogere på, hvad jeg skal på uddannelsen.”*

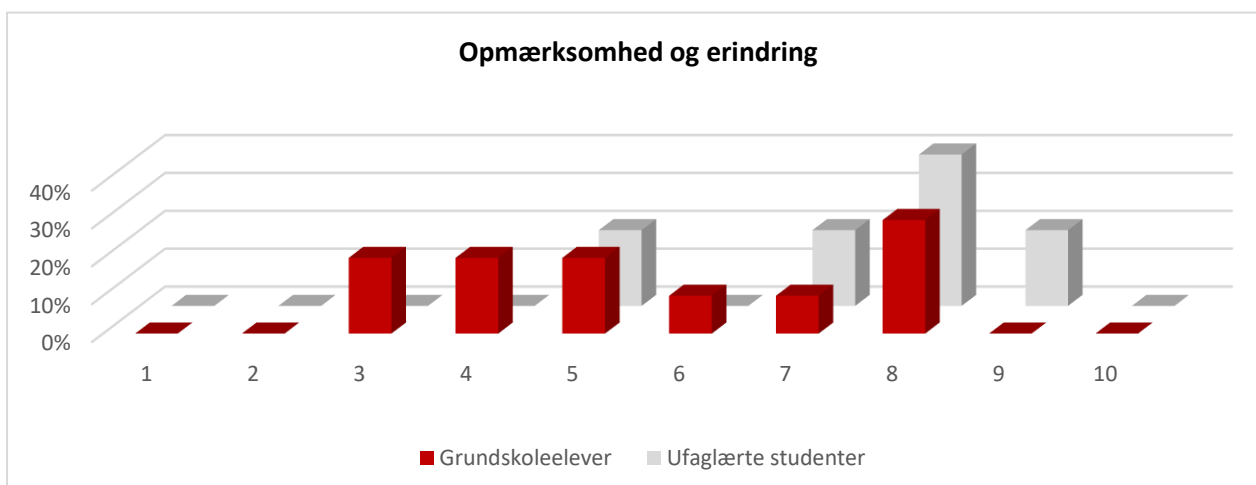
Samlet set viser budskabet et stærkt potentiale for at skabe opmærksomhed og erindring om uddannelsen. Budskabet giver grundskoleeleverne et klart billede af, at man som ernæringsassistent kan gøre en konkret forskel for andres sundhed gennem sit madhåndværk. Budskabet rummer desuden en god begyndende appel i forhold til motivation og tiltrækning blandt elever, der allerede har en interesse for madlavning og trivsel. For at styrke involvering og handling yderligere kan det være afgørende, at budskabet formidles med brug af visuelle billeder, konkrete eksempler og levende fortællinger. Samtidig kan det i kommunikationen af budskabet med fordel tydeliggøres, hvordan man allerede under selve uddannelsen - og ikke først i jobbet - arbejder med at skabe sundhed gennem madhåndværk.

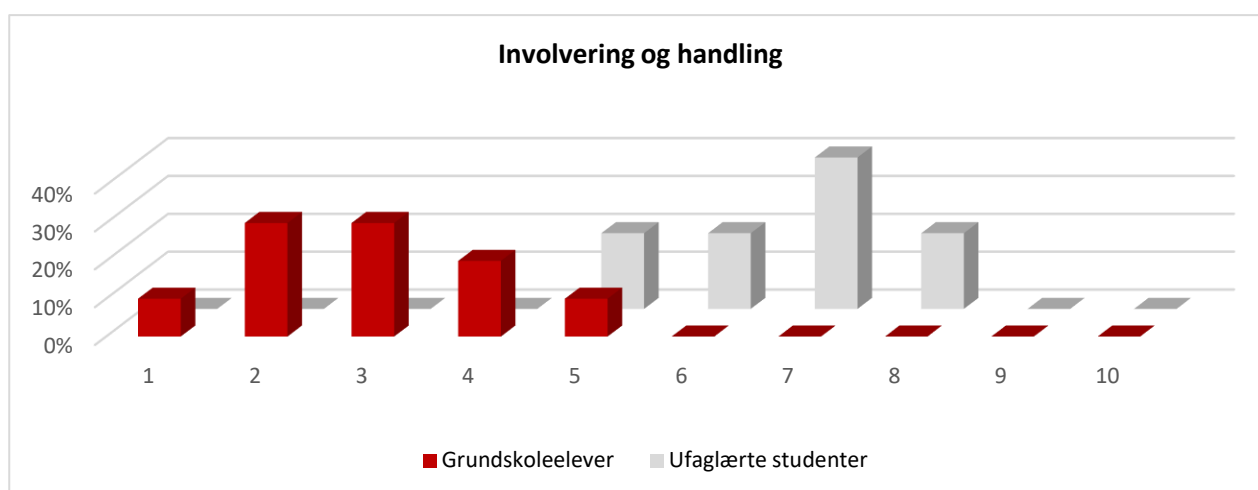
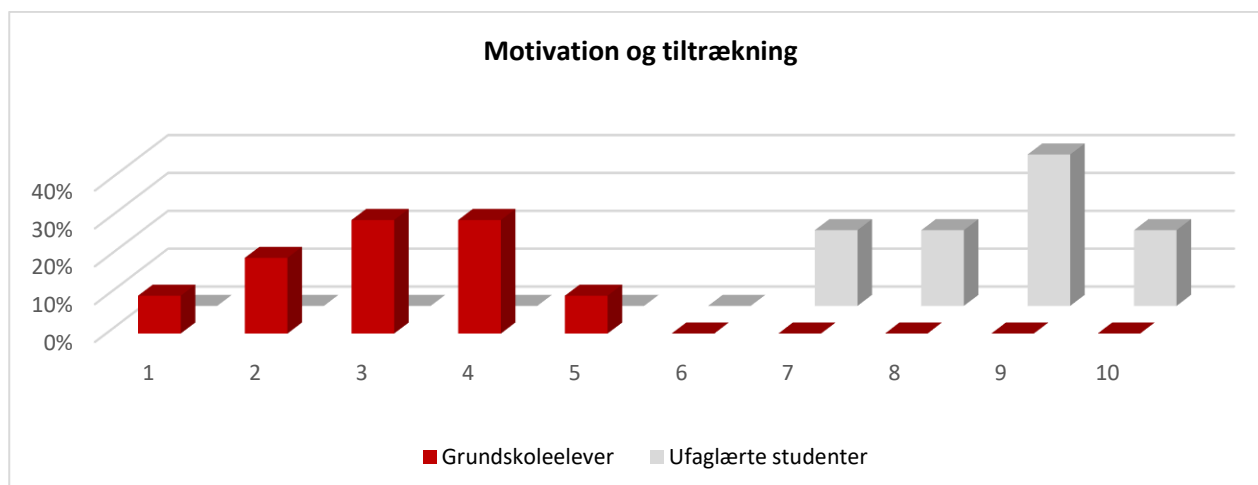
Kernebudskab 2: Skab fællesskaber gennem madlavning

Mad bringer mennesker sammen. Som ernæringsassistent styrker du styrker relationer og glæde omkring måltidet - både for dem, der spiser maden, og for dem, du arbejder med.

Eksempel: "Hver ret, du laver, kan skabe minder og styrke fællesskaber - både for dig og for dem, der nyder maden."

Nedenfor vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.





Blandt **grundskoleeleverne** blev dette budskab vurderet som let at forstå og med potentiale for at skabe **opmærksomhed og erindring** blandt de elever, som i forvejen havde en begyndende interesse for madlavning. Der var stor variation i vurderingerne på dette parameter - alle fandt budskabet klart og tydeligt, og nogle placerede sig højt på skalaen, fordi de oplevede, at budskabet gav dem en ny relevant viden om uddannelsen. Andre placerede sig imidlertid lavt, fordi de ikke oplevede, at budskabet adskilte ernæringsassistentuddannelsen væsentligt fra andre muligheder: *“Det handler meget om noget, man også kan få i mange andre sammenhænge.”*

På parametrene **motivation og tiltrækning** samt **involvering og handling** scorede budskabet lavt. De lave vurderinger blev - som ved det første budskab - tilskrevet en manglende personlig interesse for madlavning, hvilket gjorde det svært for mange af eleverne at engagere sig i budskabet. Enkelte fremhævede omvendt, at de oplevede det som nemt at forholde sig til madens sociale betydning - både fra skolen og hverdagen. Samtidig nævnte enkelte, at det sociale aspekt i en uddannelse var noget, de selv prioriterede, og som derfor gjorde dem nysgerrige: *“Det virker som en uddannelse,*

hvor man er sammen med andre og laver noget for nogen - det, synes jeg, er fedt.” Flere elever pegede på, at budskabet ville stå stærkere, hvis det blev formidlet med konkrete eksempler og billeder på, hvordan man som ernæringsassistent i praksis skaber fællesskaber gennem mad. Det fremhæver en vigtig pointe i formidlingen: At budskabet vinder i styrke, når det kobles til hverdagsnære situationer, så det bliver tydeligt, hvordan mad kan skabe relationer og glæde i fx institutioner, på plejehjem eller i skolekøkkener.

Blandt de ufaglærte studenter blev budskabet vurderet lidt højere på parameteret opmærksomhed og erindring. Dog pegede en af de ufaglærte studenter ligeledes på budskabets generiske karakter: *“Det siger ikke så meget om, hvad man laver - mere om, hvad mad kan generelt.”*

Til gengæld scorede budskabet højt på motivation og tiltrækning hos de ufaglærte studenter, der lagde vægt på fællesskab som en vigtig værdi i deres arbejdsliv. De scorede ligeledes højere på parameteret involvering og handling, hvilket indikerer, at den emotionelle appel fungerer, når modtageren er motiveret af det sociale element.

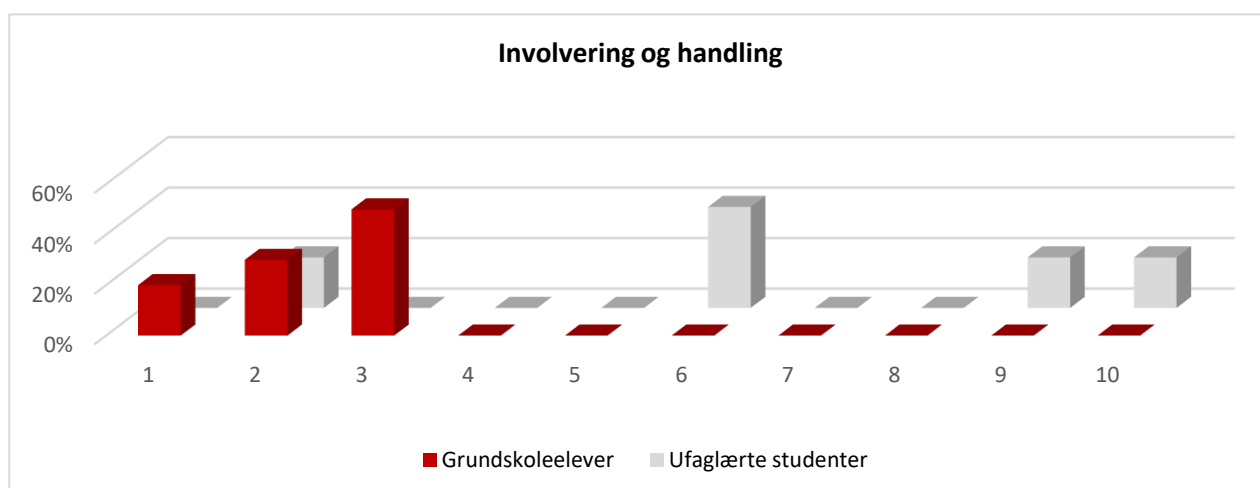
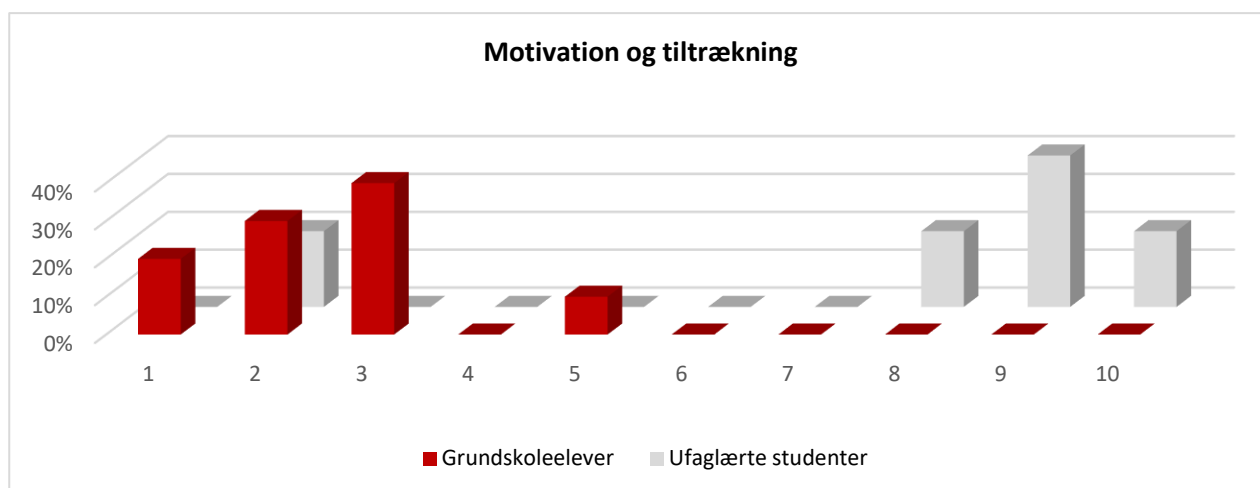
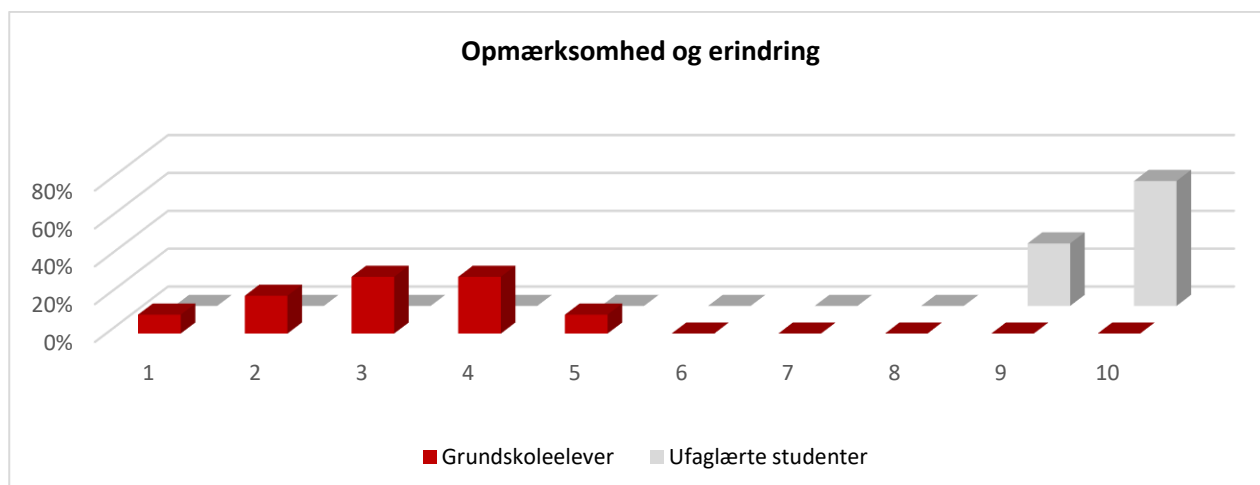
Samlet set har budskabet et godt potentiale for at skabe opmærksomhed og indledende genkendelse, særligt fordi det aktiverer noget velkendt og følelsesmæssigt relaterbart hos eleverne. For at styrke motivation og især involvering vil det i formidlingen af budskabet være centralt at koble det sociale aspekt tydeligere til fagligheden - og vise, hvordan man som ernæringsassistent konkret skaber fællesskab gennem sit håndværk i praksis. Budskabet kan med fordel formidles gennem nærværende fortællinger og situationer, der udspiller sig i hverdagsnære rammer, hvor fællesskab og mad spiller sammen.

Kernebudskab 3: To veje i én uddannelse - EUX giver dig valgfrihed

Med EUX-uddannelsen får du både en studentereksamen og en erhvervsuddannelse. Det giver dig mulighed for at arbejde som ernæringsassistent eller læse videre på en bred vifte af uddannelser.

Eksempel: "Med EUX kan du både træde direkte ind på arbejdsmarkedet eller videreuddanne dig til fx procesteknolog eller professionsbachelor i ernæring og sundhed."

I det følgende vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.



Blandt **grundskoleeleverne** blev dette budskab vurderet lavt på alle tre parametre. Flere udtrykte, at de havde brug for nærmere forklaring for at forstå, hvad EUX indebærer, og hvordan det relaterer

sig til ernæringsassistentuddannelsen. For mange blev begreberne oplevet som abstrakte, og budskabet blev opfattet som mindre relevant eller svært at relatere til: *“For mig er det sådan lidt fjernt, og jeg synes ikke rigtig, det fortæller noget om uddannelsen.”*

Flere elever gav udtryk for, at de savnede konkrete billeder af hverdagen på uddannelsen og ikke fandt det motiverende, at fokus var rettet mod struktur og muligheder frem for indhold og interesse: *“Det med EUX er ikke noget, der får én til gerne at ville være ernæringsassistent”*. En enkelt elev pegede dog på, at det for ham var relevant og værdifuld viden, fordi han havde besøgt en erhvervsuddannelse med sin skole og dermed kunne relatere: *“Det er måske fint nok at vide, at man kan noget forskelligt med uddannelsen.”*

Samtidig fremgik det, at eleverne generelt havde svært ved at overskue og forstå forskellen mellem de mange ungdomsuddannelser. Det peger på, at begreber som EUX kræver en særlig pædagogisk formidling - gerne med visuelle og konkrete eksempler på, hvordan det ser ud i praksis, og hvad det betyder i hverdagen som elev.

Blandt de **ufaglærte studenter** blev budskabet modtaget med større interesse, selvom de allerede havde en studentereksamen og derfor ikke fandt EUX relevant i deres konkrete situation.

Parameteret opmærksomhed og erindring scorede de særligt højt, fordi de oplevede, at budskabet formidlede konkret og ny viden: *“Det er et meget konkret budskab med meget god fakta.”* Når det gjaldt motivation og tiltrækning samt involvering og handling, var vurderingerne mere varierede. Nogle fremhævede det som positivt og vigtigt, at man ikke er låst fast i ét job og har mulighed for videreuddannelse: *“Det er dejligt at vide, man ikke er låst. Det, synes jeg, er vigtigt.”* De fleste vurderede dog, at budskabet ikke talte til dem, når de allerede havde en studentereksamen.

Samlet set har budskabet et informativt potentiale, fordi det skaber klarhed over uddannelsens struktur og muligheder. For mange grundskoleelever kræver budskabet dog en særlig formidling gennem eksempler, levende fortællinger, mv., som bidrager til, at den enkelte elev kan skabe konkrete billeder og forestillinger. Derudover kan budskabet ikke stå alene men skal formidles i sammenhæng med de øvrige budskaber - i forhold til denne målgruppe er det vigtigt at koble valgfrihed og videreuddannelse til noget, der ”nu og her” opleves nærværende og relevant - fx hvad man lærer på uddannelsen, og hvordan det kan bruges i forskellige retninger.

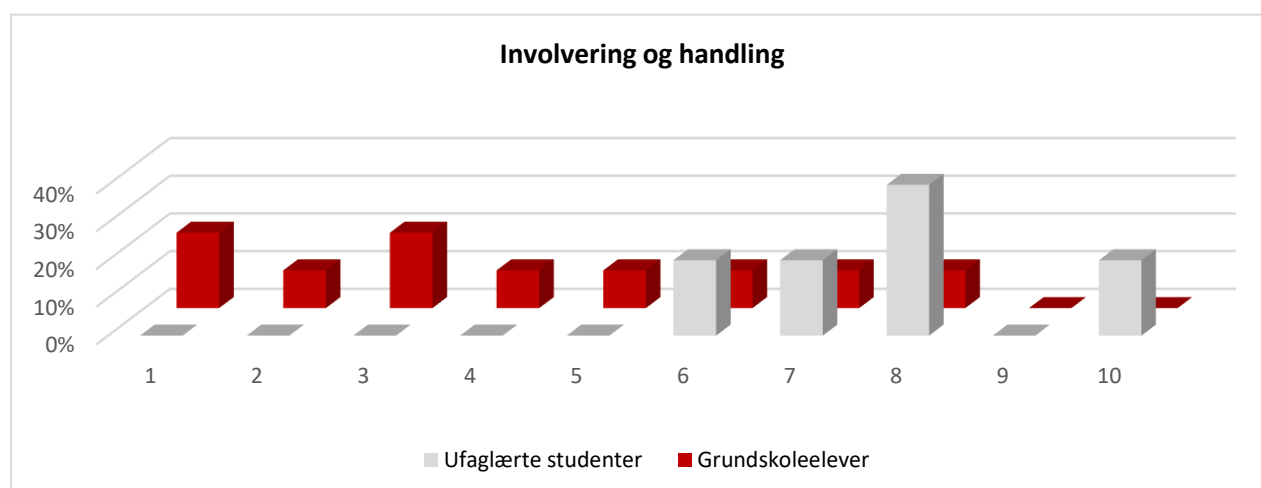
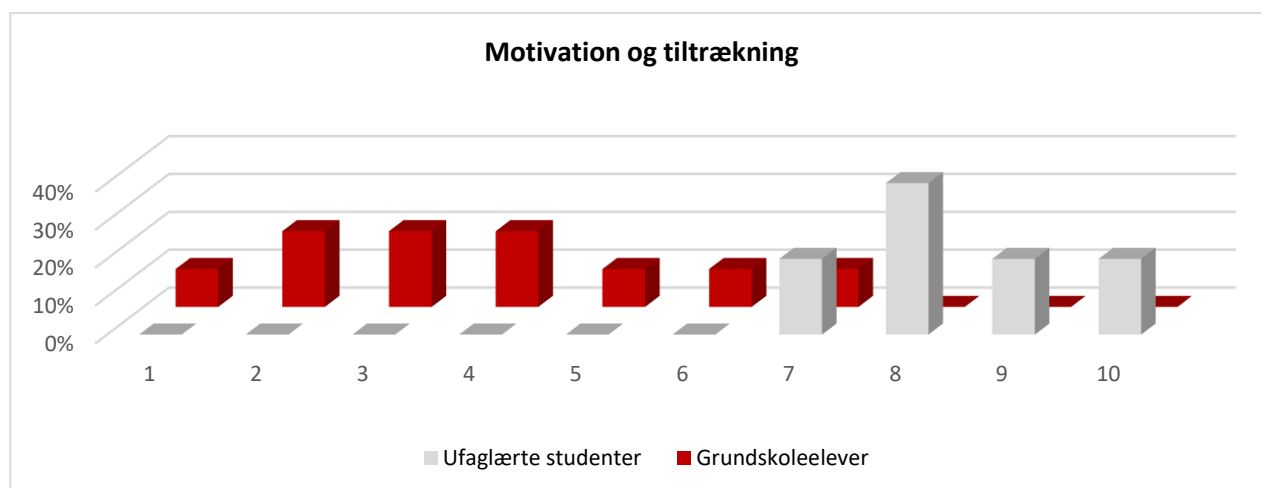
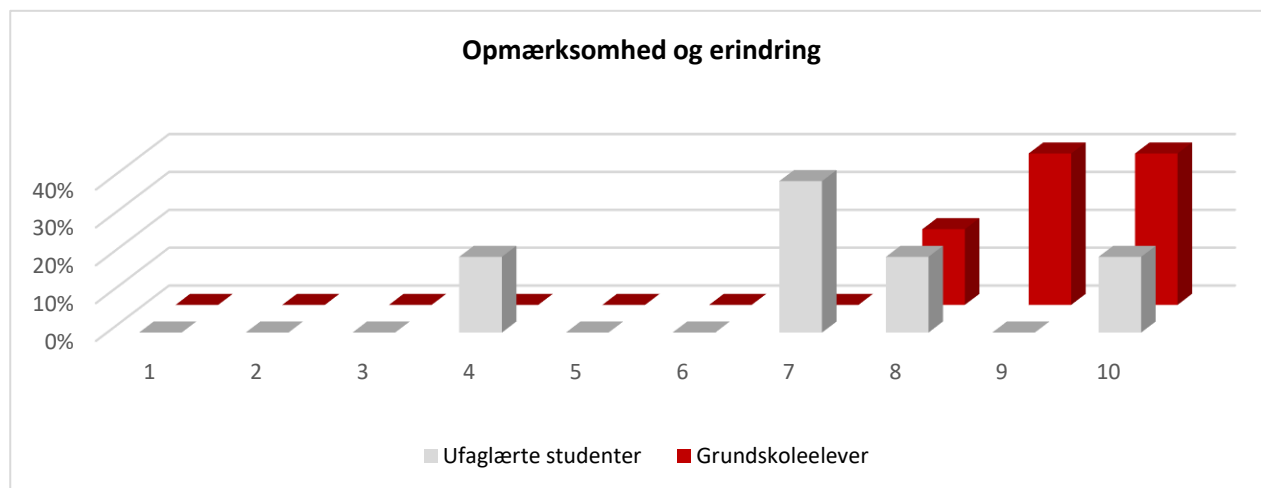
Kernebudskab 4: Gør en forskel for andre gennem madlavning

Som ernæringsassistent bidrager du til livskvalitet og trivsel for mennesker, der har brug for støtte til deres ernæring. Du arbejder med social bæredygtighed ved at sikre, at alle - uanset deres behov - får god og nærende mad, der forbedrer deres livskvalitet.

Eksempel: “Gør fx en forskel for flygtninge og indvandrere, der skal finde sig til rette i et nyt land, mennesker med kroniske sygdomme eller unge i socialt udsatte situationer, der har brug for sunde

og trygge måltider.”

Nedenfor vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.



Blandt de **ufaglærte studenter**, som her var den primære målgruppe, blev budskabet generelt vurderet som let at forstå og med tydelig appel. På parameteret **opmærksomhed og erindring** oplevede deltagerne, at budskabet gav en ny og meningsfuld vinkel på, hvad arbejdet som ernæringsassistent kan indebære - særligt i relation til socialt ansvar og omsorg for andre: *"Jeg synes faktisk, det er spændende, at man kan hjælpe nogen og gøre en forskel. Det er vigtigt."*

På parametrene **motivation og tiltrækning** samt **involvering og handling** scorede budskabet generelt højt, især blandt deltagere med interesse for mennesker og sundhed. Den følelsesmæssige appel fungerede godt - især fordi det at kunne gøre en forskel blev oplevet som noget, man kan være stolt af og finde mening i. Flere fremhævede, at begrebet *social bæredygtighed* gjorde indtryk og vækkede refleksion - og at det gav budskabet dybde og relevans: *"Det er en vinkel, som jeg ikke selv havde fundet frem til, og det er fedt med den sociale bæredygtighed"*. Der blev samtidig udtrykt ønske om, at det i formidlingen fremgår endnu tydeligere, hvordan man rent fagligt og håndværksmæssigt bidrager til at gøre en forskel. Det blev set som en mulighed for at koble det meningsfulde formål tættere til den faglige identitet: *"Jeg synes, det er en god vinkel, men jeg vil gerne vide mere om, hvordan man lærer det - hvad man får med fra uddannelsen."*

Blandt **grundskoleeleverne** var vurderingerne mere blandede. På **opmærksomhed og erindring** scorede flere elever højt og gav udtryk for, at budskabet hjalp dem med at forstå, hvordan ernæringsassistentuddannelsen adskiller sig fra fx kokkeuddannelsen: *"Det her gør det mere tydeligt for mig, at det ikke er det samme som kok. Og for mig lyder det mere spændende, når jeg får det der at vide."* På de to øvrige parametre var der stor variation. Nogle elever viste interesse for det at arbejde med mennesker og skabe værdi i hverdagen - mens andre ikke oplevede, at muligheden for at *"hjælpe andre"* vækkede større motivation. Det tyder som forventet på, at budskabets appel i høj grad afhænger af, om der allerede er en spirende interesse for det sociale aspekt hos modtageren.

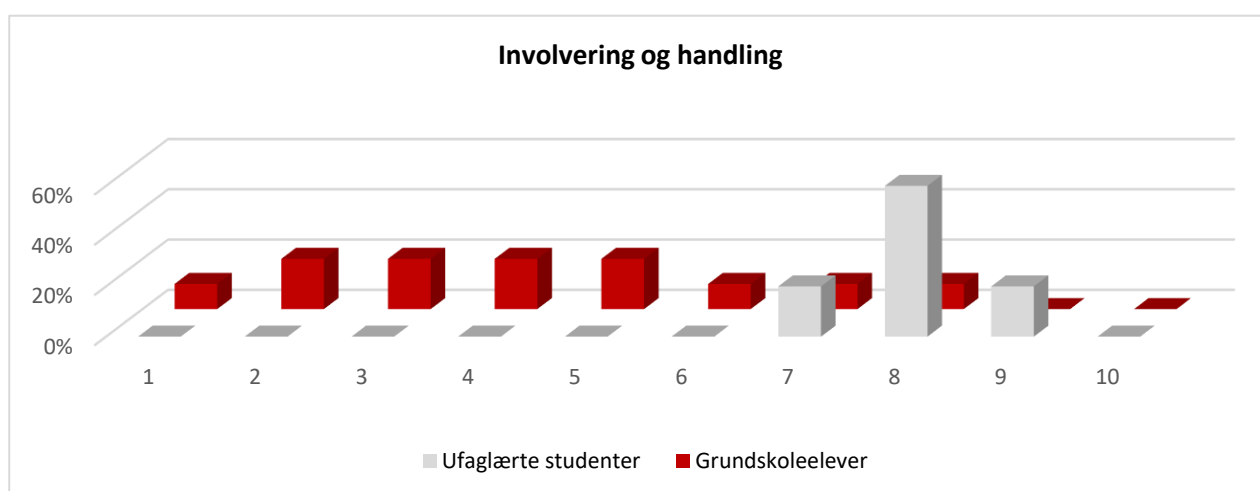
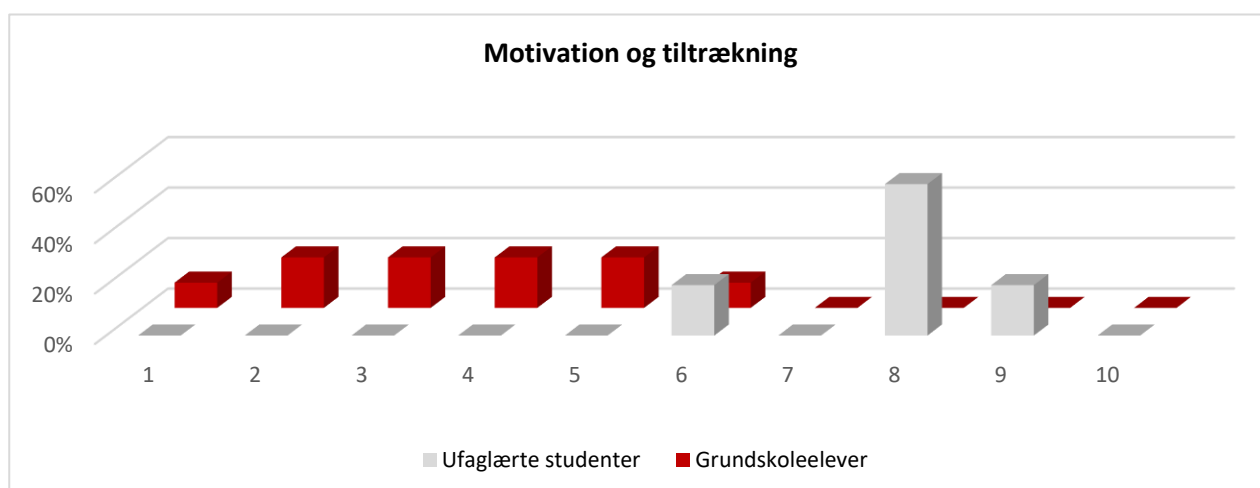
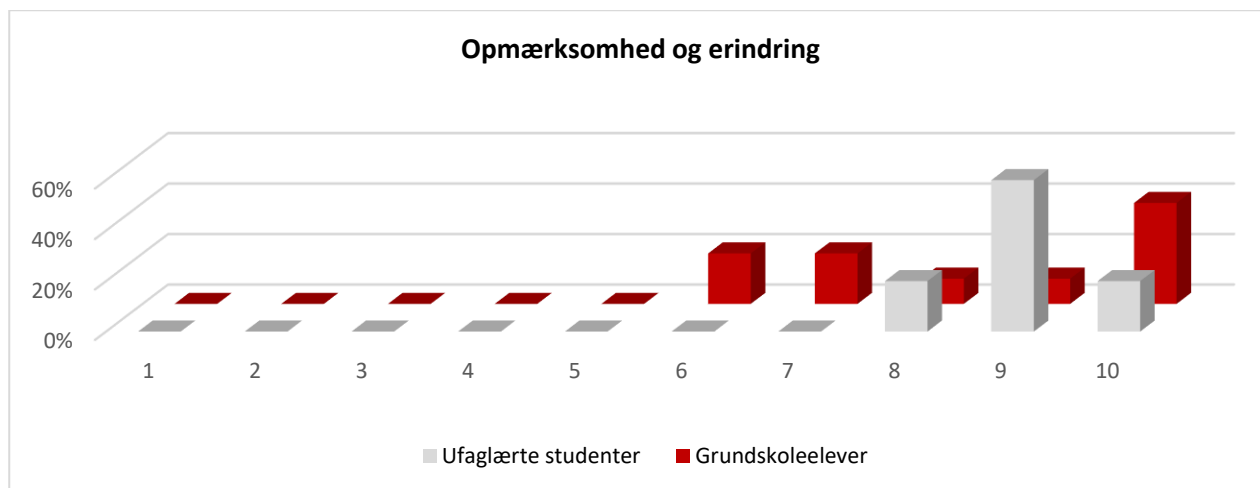
Samlet set rummer budskabet et stærkt potentiale på alle tre parametre - særligt blandt ufglærte studenter, der værdsætter mening og fællesskab i deres arbejdsliv. Den emotionelle appel står centralt og kan med fordel styrkes gennem fortællinger og visuelle virkemidler, der illustrerer, hvordan man som ernæringsassistent gør en forskel i konkrete situationer. For at skabe en endnu stærkere kobling til uddannelsen kan det være relevant at synliggøre, hvordan man tilegner sig de faglige kompetencer, der gør det muligt at arbejde omsorgsfuldt og bæredygtigt i praksis.

Kernebudskab 5: Bliv en del af den grønne omstilling

Som ernæringsassistent arbejder du med bæredygtige løsninger i praksis. Du kan reducere madspild, bruge sæsonens råvarer og udvikle klimavenlige måltider.

Eksempel: "Lav retter, der både smager fantastisk og bidrager til en mere bæredygtig fremtid - fx retter med grønne proteiner som bønner og linser."

Nedenfor vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.



Blandt de **ufaglærte studenter** blev budskabet generelt vurderet som forståeligt og aktuelt. På parameteret **opmærksomhed og erindring** oplevede flere, at budskabet ramte ind i en samfundsmæssig dagsorden, de allerede kendte til, og som føltes vigtig og meningsfuld. Samtidig efterspurgte flere igen, at budskabet i højere grad blev koblet til selve uddannelsen og det faglige håndværk - hvordan man lærer at arbejde med bæredygtighed i praksis: *“Måske man kunne sætte mere fokus på, at man kan få lov at være kreativ med mad, samtidig med at man bidrager til den grønne omstilling.”*

Budskabet scorede samlet relativt højt på **motivation og tiltrækning** såvel som **involvering og handling** - særligt blandt de deltagere, der havde en personlig interesse for klima, miljø og madspild. For disse deltagere fungerede budskabet som en stærk værdimæssig kobling mellem personlige interesser og faglige muligheder. På **involvering og handling** varierede vurderingerne mere. Nogle pegede på, at budskabet gav dem lyst til at vide mere og udtrykte en nysgerrighed på, hvordan man konkret kan arbejde med grøn omstilling som ernæringsassistent: *“Jeg interesserer mig meget for madspild og sådan noget, så jeg synes, det er noget, der taler til mig.”*

Blandt **grundskoleeleverne** var vurderingerne mere afmålte, særligt på parametrene motivation og tiltrækning såvel som involvering og handling. Nogle gav udtryk for, at budskabet var aktuelt og genkendeligt, men flere oplevede det som bredt og mindre konkret - og enkelte havde svært ved at forbinde det direkte med uddannelsen.

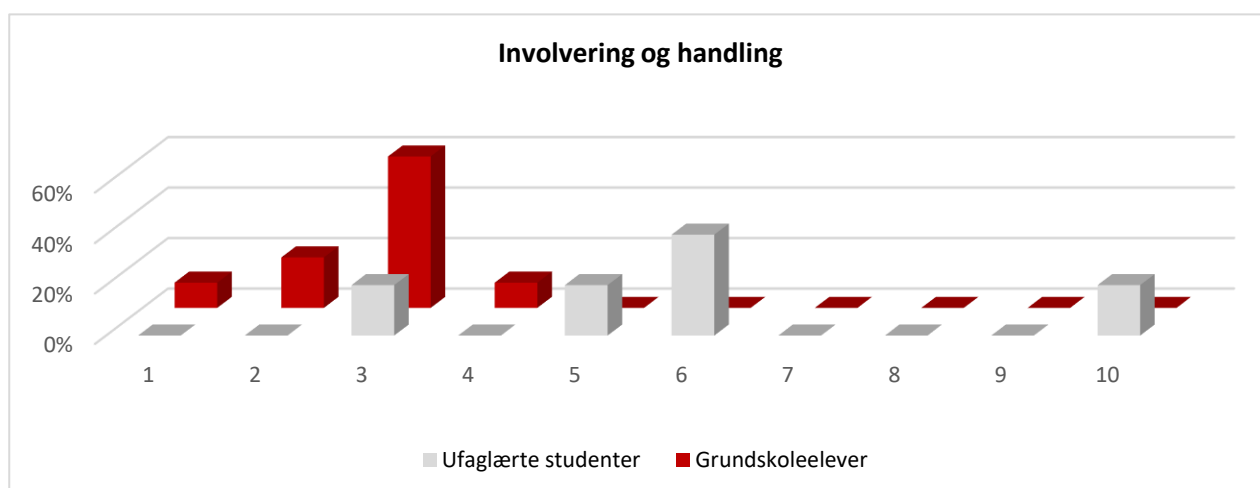
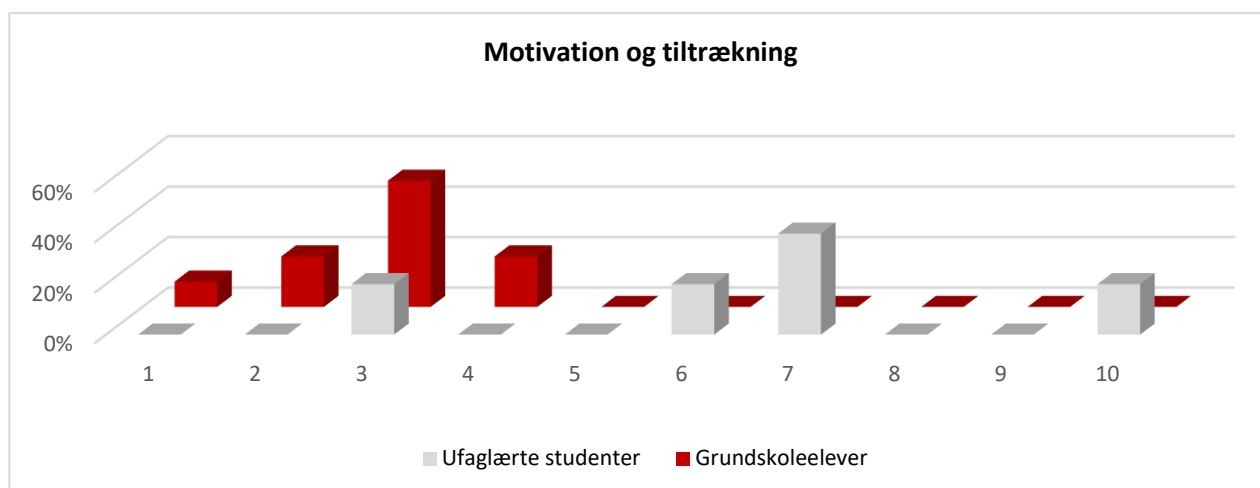
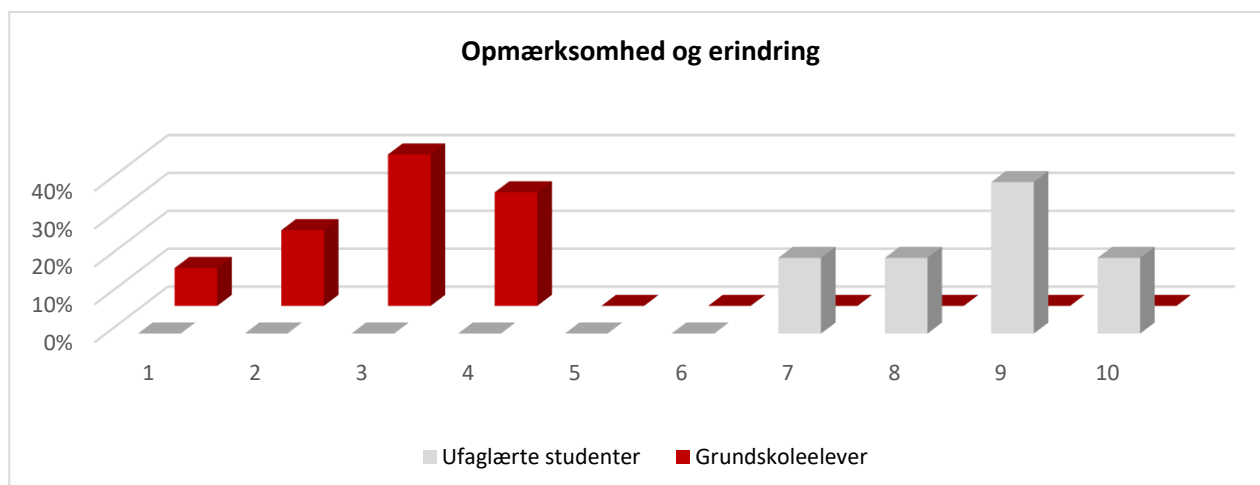
Samlet set har budskabet et godt potentiale - særligt når det formidles til unge, der allerede interesserer sig for klima og bæredygtighed. Budskabet fungerer bedst, når det oversættes til konkrete billeder af madlavning i praksis, og når det gøres tydeligt, hvordan man som ernæringsassistent arbejder fagligt med grønne løsninger. I formidlingen er det centralt at balancere den samfundsmæssige appel med håndgribelige eksempler, der vækker nysgerrighed og viser, hvordan bæredygtighed bliver en konkret del af uddannelsen og arbejdet.

Kernebudskab 6: Faglig udvikling - fremtidens muligheder venter

Uddannelsen som ernæringsassistent åbner døre til specialisering inden for fx bæredygtighed, børneernæring eller kost til mennesker med særlige behov. Den giver også et stærkt fundament for efter- og videreuddannelse.

Eksempel: "Hold dig opdateret med den nyeste viden og udvikl dig i takt med fremtidens krav til sundhed og ernæring."

Nedenfor vises fordelingen af deltagernes vurderinger af dette budskab på en skala fra 1 til 10 i forhold til de tre parametre.



Blandt de **ufaglærte studenter** blev budskabet vurderet som let at forstå og med et tydeligt fokus. På parameteret **opmærksomhed og erindring** scorede det generelt højt, særligt fordi deltagerne

oplevede, at det samlede op på flere af de aspekter, der var blevet nævnt i tidligere budskaber. Det blev oplevet som overordnet, men alligevel relevant: *“Den opsummerer ligesom på en måde alle de andre.”* Flere fremhævede, at budskabet gjorde det tydeligt, at der er mulighed for udvikling og specialisering, og at det oplevedes relevant at vide, at man kan bygge videre på sin uddannelse - både fagligt og personligt. Samtidig blev det også her påpeget, at det i formidlingen af budskabet er vigtigt at give konkret billeder og eksempler, fx på, hvilke retninger man kan gå, og hvordan man bliver klædt på til det undervejs i uddannelsen: *“Jeg synes, det er fedt, at man kan videreuddanne sig - men jeg savner, at man kan se det for sig. Hvad lærer man, og hvordan kommer man derhen?”*

På parametrene **motivation og tiltrækning** samt **involvering og handling** scorede budskabet samlet set moderat til højt, og der var på disse parametre en stor spredning. Flere deltagere oplevede, at det vækkede deres motivation og lyst til at vide mere, men pegede samtidig på, at effekten ville styrkes, hvis budskabet blev formidlet med levende fortællinger og billeder af, hvordan man kan udvikle sig undervejs - ikke kun efter endt uddannelse.

Blandt grundskoleeleverne blev budskabet generelt vurderet lavt på alle tre parametre. Flere havde svært ved at relatere til begreber som videreuddannelse og specialisering, og de oplevede, at det lå for langt ude i fremtiden til at vække interesse her og nu: *“Den her synes jeg ikke rigtig fortæller noget nyt om selve uddannelsen.”* Enkelte pegede dog på, at det var rart at vide, at man har flere muligheder: *“Det er måske fint nok at vide, at man kan noget forskelligt med uddannelsen.”*

Samlet peger vurderingerne på, at budskabet har et tydeligt potentiale i forhold til ældre målgrupper, der tænker i fremtidsperspektiver og værdsætter muligheden for faglig udvikling. For at skabe større gennemslagskraft bør budskabet i formidlingen - ligesom de øvrige budskaber - foldes ud med konkrete eksempler og billeder, der viser, hvordan man udvikler sig fagligt både under og efter uddannelsen. Fortællinger om progression og faglig stolthed - og om det at finde sin retning - kan være med til at styrke motivation og handling.

Opsamling og anbefalinger til det videre arbejde

Afprøvningen af de seks kernebudskaber blandt grundskoleelever og ufaglærte studenter viser, at budskaberne rummer stærkt potentiale - men også at deres virkning i høj grad afhænger af formidlingen og modtagerens forudsætninger. På tværs af målgrupperne peger afprøvningen på følgende centrale anbefalinger:

1. Styrk koblingen til uddannelsens indhold og faglige håndværk

Flere deltagere - særligt blandt de ufaglærte studenter - efterspurgte en tydeligere indsigt i, hvad man konkret lærer på uddannelsen, og hvordan man udvikler sig fagligt. I flere tilfælde oplevedes budskaberne som fokuserede på jobbet og arbejdslivet, frem for selve uddannelsens indhold og

opbygning. I det videre arbejde bør det derfor prioriteres at vise, hvordan man på selve uddannelsen tilegner sig viden og kompetencer - og hvordan det faglige håndværk både giver mening og muligheder. Det kan enten gøres ved at justere/supplere budskaberne, eller ved at have fokus på denne vinkel i den konkrete formidling af budskaberne.

2. Målret og differentier budskaberne efter målgruppens forudsætninger og interesse

Grundskoleelevernes respons på budskaberne afhang i høj grad af deres forudgående personlige interesse for mad og sundhed. Elever uden denne begyndende interesse havde svært ved at engagere sig og relatere til budskaberne. Det indikerer, at visse budskaber primært bør målrettes elever, hvor interessen allerede er til stede - mens andre kan justeres eller suppleres, så de skaber mere nysgerrighed og interesse hos yngre elever. Tilsvarende viste de ufaglærte studenter høj motivation, når budskaberne appellerede til muligheden for faglig udvikling og specialisering. En yderligere differentieret tilgang til formidling kan derfor være afgørende for at sikre relevans og gennemslagskraft.

3. Brug eksempler, fortællinger og visuelle greb til at gøre budskaberne nærværende

Det stod klart, at budskaberne bedst blev forstået og husket, når de blev ledsaget af konkrete, praksisnære eksempler. Eksemplerne fungerede som oversættere, der hjalp modtageren med at danne billeder, engagere sig og forstå, hvad det vil sige at være ernæringsassistent. I det videre arbejde bør budskaberne derfor tænkes i sammenhæng med kommunikationsformer, der aktiverer modtagerens forestillingsevne - fx gennem visuelle elementer, fortællinger og rollemodeller, der kan bringe budskaberne til live.

Vejen videre

Kernebudskaaberne rummer stor værdi som strategisk grundlag for kommunikationen om ernæringsassistentuddannelsen. For at opnå størst mulig effekt kan de fremadrettet:

- Tænkes ind på tværs af forskellige formidlingskontekster (undervisning, vejledning, kampagner)
- Justeres og målrettes i forhold til målgruppens alder, modenhed og interesse
- Understøttes af konkrete og engagerende virkemidler, der gør budskaberne levende og relaterbare

Udviklingen af kernebudskaaberne kan samtidig spille ind i et videre arbejde med at opbygge stærke narrativer omkring ernæringsassistentuddannelsen. Hvor budskaberne har til formål at præsentere uddannelsens styrker kort og præcist med afsæt i målgruppens præferencer, kan næste skridt være at omsætte disse pointer til mere emotionelle og dybdegående fortællinger. Budskaberne peger på,

hvad der i indhold og værdi har potentiale til at vække genklang hos målgrupperne - og kan dermed danne fundament for inspirerende narrativer, der skaber identifikation og engagement på tværs af målgrupper. Et fremadrettet arbejde med narrativer vil således kunne trække på de centrale pointer, der her er identificeret og testet, og folde dem ud i inspirerende historier, der styrker identifikation og engagement for uddannelsen blandt de to målgrupper.

Bilag 1 - Præsentation af kernebudskaberne

Skab sundhed gennem madhåndværk

Som ernæringsassistent kombinerer du praktisk madhåndværk med viden om sundhed og ernæring. Du laver måltider, der understøtter sundhed, udvikling og velvære for mennesker med forskellige behov.

Planlæg f.eks. måltider, der styrker børns udvikling, giver energi til efterskoleelevers aktive hverdag eller hjælper atleter med at yde deres bedste.

Carelink Gruppen 4

Skab fællesskaber gennem madlavning

Mad bringer mennesker sammen. Som ernæringsassistent styrker du relationer og glæde omkring måltidet - både for dem, der spiser maden, og for dem, der arbejder med.

Hver ret, du laver, kan skabe minder og styrke fællesskaber - både for dig og for dem, der nyder maden.

Carelink Gruppen 5

To veje i én uddannelse - EUX giver dig valgfrihed

Med EUX-uddannelsen får du både en studentereksamen og en erhvervsuddannelse. Det giver dig mulighed for at arbejde som ernæringsassistent eller læse videre på en bred vifte af uddannelser.

Med EUX kan du både træde direkte ind på arbejdsmarkedet eller videreudanne dig til fx proces teknolog eller professionsbachelor i ernæring og sundhed.

Carelink Gruppen 14

Gør en forskel for andre gennem madlavning

Som ernæringsassistent bidrager du til livskvalitet og trivsel for mennesker, der har brug for støtte til deres ernæring. Du arbejder med social bæredygtighed ved at sikre, at alle - uanset deres behov - får god og nærende mad, der forbedrer deres livskvalitet.

Gør f.eks. en forskel for flygtninge og indvandrere, der skal finde sig til rette i et nyt land, mennesker med kroniske sygdomme eller unge i socialt udsatte situationer, der har brug for sunde og trygge måltider

Carelink Gruppen 19

Bliv en del af den grønne omstilling

Som ernæringsassistent arbejder du med bæredygtige løsninger i praksis. Du kan reducere madspild, bruge sæsonens råvarer og udvikle klimavenlige måltider.

Lav retter, der både smager fantastisk og bidrager til en mere bæredygtig fremtid - f.eks. retter med grønne proteiner som bønner og linser.

Carelink Gruppen 24

Faglig udvikling - fremtidens muligheder venter

Uddannelsen som ernæringsassistent åbner døre til specialisering inden for f.eks. bæredygtighed, børneernæring eller kost til mennesker med særlige behov. Den giver også et stærkt fundament for efter- og videreuddannelse.

Hold dig opdateret med den nyeste viden og udvikl dig i takt med fremtidens krav til sundhed og ernæring.

Carelink Gruppen 29