



Velkommen til  
**Socialfondens**  
digitale ansøgningskema

## Valgte Prioriteter

1. Informationer til ansøger
2. Projektets navn og adresse
3. Tilskudsmodtager samt bankoplysninger
4. Kontaktpersoner
5. Projektets indholdsbeskrivelse  
Periodebudget 2006: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A  
Årsbudget 2006-2007: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A
7. Deltagerudgifter  
Periodebudget 2006: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A  
Årsbudget 2006-2007: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A
9. Socialfondsstøtte kalkulation
10. Samlede udgifter og projektfinansiering
11. Nøgletal
12. Underskriftsblad
13. Erklæringer

## Valgte Prioriteter

Projekt start dato: 23-02-2006

Projekt slut dato: 31-12-2007

Bevilling A: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A

## Attached files

ResumeSkema Integration.doc

Indirekte omkostninger notat.xls

Ansøgningsbudget EU Indvandrere.xls

## 1. Informationer til ansøger

Tak fordi du har valgt at søge midler fra Den Europæiske Socialfond. Du har valgt at søge følgende:

**Københavns og Frederiksberg kommuner - Mål 3 programmet - Aktiv arbejdsmarkeds- politik - Ny type indsats (Mål 3 - Prioritet 1.A)**

Vi laver en lille undersøgelse af ansøgningsskemaet, der har været i drift siden efteråret 2004. Vi håber du kan finde tid til at besvare følgende spørgsmål:

Har du haft kontakt til supporten? Nej

Hvis ja - har supporten løst dit problem?

Har I arbejdet flere sammen om skemaet? Nej

Hvis ja - har det fungeret godt?

Har du haft problemer med at gemme/hente data? Nej

---

Er skemaet brugervenligt?

---

Ja

---

Forslag til forbedringer af skemaet

---

Nej

## 2. Projektets navn og adresse

### 2. Projektets navn og adresse

<b>Projektets titel</b>	Flere indvandrere og flygtninge i arbejde
<b>Virksomhedens/institutionens navn</b>	Danmarks Radio, DR UNDERVISNING
<b>Adresse</b>	TV- Byen
<b>Adresse 2</b>	
<b>Adresse 3</b>	
<b>Postnummer</b>	2860
<b>By</b>	Søborg
<b>Telefon</b>	35208207
<b>Telefax</b>	35208240
<b>E-mail</b>	chx@dr.dk
<b>Genfremsettelse?</b>	Nej
<b>Forlængelse?</b>	Nej
<b>Hvis ja til forlængelse, indtast projektnummer</b>	

### 3. Tilskudsmodtager samt bankoplysninger

#### 3. Tilskudsmodtager - den juridisk ansvarlige for projektet

<b>CVR nummer</b>	62786515
<b>CPR nummer</b>	
<b>Navn</b>	Danmarks Radio, DR UNDERVISNING
<b>Adresse</b>	TV-Byen
<b>Adresse 2</b>	
<b>Adresse 3</b>	
<b>Postnummer</b>	2860
<b>By</b>	Søborg
<b>Telefon</b>	35208207
<b>Telefax</b>	35208240
<b>E-mail</b>	chx@dr.dk
<b>Hjemmeside (www adresse)</b>	www.dr.dk/undervisning
<b>Er tilskudsmodtager momsregistreret?</b>	Ja
<b>Vælg ejerforhold</b>	Stat

#### Evt. andre oplysninger om juridisk konstruktion

#### Bank- eller giroforbindelse

<b>Pengeinstitut eller girobank</b>	Nordea
<b>Adresse</b>	Christiansbro
<b>Adresse 2</b>	Strandgade 3
<b>Adresse 3</b>	
<b>Postnummer</b>	900
<b>By</b>	København C
<b>Registreringsnummer</b>	2100
<b>Kontonummer</b>	8129 136 104
<b>Eventuelt gironummer</b>	

## 4. Kontaktpersoner

### 4 (a). Den projektansvarlige person

<b>Navn</b>	Christian Holtet
<b>Titel</b>	redaktør
<b>Adresse</b>	TV-Byen
<b>Adresse 2</b>	
<b>Adresse 3</b>	
<b>Postnummer</b>	2860
<b>By</b>	Søborg
<b>Telefon</b>	35208207
<b>Mobiltelefon</b>	20789246
<b>Telefax</b>	35208240
<b>E-mail</b>	chx@dr.dk

### 4 (b). Den regnskabsansvarlige person for projektet

<b>Navn</b>	Karin Schmidt
<b>Titel</b>	kontorfuldmægtig
<b>Adresse</b>	TV-Byen
<b>Adresse 2</b>	
<b>Adresse 3</b>	
<b>Postnummer</b>	2860
<b>By</b>	Søborg
<b>Telefon</b>	35208203
<b>Mobiltelefon</b>	
<b>Telefax</b>	35207240
<b>E-mail</b>	klp@dr.dk

### 4 (c). Kontaktpersonen på projektet

<b>Navn</b>	Christian Holtet
<b>Titel</b>	redaktør
<b>Adresse</b>	TV-Byen
<b>Adresse 2</b>	

**Adresse 3**

<b>Postnummer</b>	2860
<b>By</b>	Søborg
<b>Telefon</b>	35208207
<b>Mobiltelefon</b>	20789246
<b>Telefax</b>	35208240
<b>E-mail</b>	chx@dr.dk



## 5. Projektets indholdsbeskrivelse

### 5. Projektets indholdsbeskrivelse (Mål 3)

#### Kort projektresumé (max 10 linjer)

Denne ansøgning # med DR-Undervisning som projektholder og Københavns Kommune som partner # drejer sig om at få flere flygtninge og indvandrere i beskæftigelse og uddannelse så hurtigt som muligt. Det skal ske gennem en vedholdende og omfattende medieindsats, der er rettet mod Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune.

Der er i ansøgningen fokus på nyløbende flygtninge, indvandrere og unge nydanskere, der står foran deres debut på arbejdsmarkedet, som lige er gået ud af skolen eller er droppet ud af en erhvervsuddannelse.

Metoden er en omfattende kampagne med tre hovedelementer:

1. Holdningsbearbejdende og debatskabende TV og radio med eksemplariske forløb, der kan virke normsættende og meningsdannende for især den unge målgruppe, men som også henvender sig til virksomheder, erhvervsskoler, forældre og etniske danskere.
2. Informativt og interaktivt læringsunivers på web, med videoklip, vejledning, test af viden og yderligere information.
3. Lokale del-kampagneaktiviteter målrettet ekstraordinære lokale initiativer i Københavns Kommunes integrationsindsats.

#### Baggrunden - hvad ligger bag ønsket om at starte projektet?

For 2 måneder siden så vi bilafbrændinger i Paris og i Berlins indvandrerghettoer og smadrede butiksvinduer i Århusforstaden Rosenhøj. Vi kunne dengang konstatere, at #det står rigtig skidt til med integrationen#! I skrivende stund er det danske flag og danske ambassader, der brændes af i fundamentalistiske islamistiske miljøer i den arabiske verden. En tilstand få af os havde fantasi til at forestille sig for blot et par måneder siden. I Danmark er vi stærkt berørte af den store internationale opmærksomhed og man ønsker ikke at tiltrække sig yderligere opmærksomhed eller bære ved til blålet og søger om muligt at gyde olie på vandene og få raseriet til at lægge sig. Men samtidig begynder mange at overveje, hvilke konsekvenser konfrontation-ten kan have, når vi # forhåbentlig om relativt kort tid # igen skal forholde os til, hvordan vi kommer videre med integrationsarbejdet i Danmark? Lettere er det ikke blevet, det er sikkert.

Integrationsdebatten i Danmark er politisk set en sprængfarlig sag - de fleste har holdninger, formodninger eller følelser i klemme og diskussionen kan hurtigt blive ophedet. Den egentlige politiske debat er det ikke DR Undervisnings opgave at gå ind i. Afdelingens opgave er i stedet at vejlede og undervise i fællesskabets og folkeoplysningens tjeneste, til gavn for den brede danske befolkning, #nydanskere# såvel som #gammeldanskere#.

Vi ønsker således først og fremmest at bidrage til løsningen af en række opgaver indenfor uddannelse og beskæftigelse, som er vigtige og generelt samfundsmæssigt set acceptable og stiller i den sammenhæng vore medier, tekniske faciliteter, mediefaglige og pædagogiske ekspertise til rådighed. Massemedierne er velegnede til at sætte fokus på samfundsanliggender på forholdsvis kort tid og med stor og bred gennemslagskraft og til at pege på muligheder, som den enkelte derefter kan arbejde videre med. Det har vi god erfaring med og vi har de senere år været med til at fremme omstillingen på en række felter først og fremmest i forhold til de beskæftigede. Med nærværende ansøgning vil vi pege på, hvad vi ved, er et vigtigt anliggende og som alle på tværs af politiske skel kan være enige om, er en vigtig sag: Vi skal have flere nydanskere i arbejde eller uddannelse! Og det haster!

Det gør det af flere grunde:

- den manglende integration medfører spændinger i samfundet
- det er dyrt for samfundet og for den enkelte, hvis ikke borgerne er i beskæftigelse
- med den kendte demografiske udvikling i samfundet har vi helt fundamentalt samfundsmæssigt behov for en

## højere beskæftigelsesgrad hos indvandrere og flygtningene

Tallene fra Danmarks Statistik viser, at den store arbejdskraftreserve, vi har mulighed for at bringe i spil i de kommende år, udgøres af gruppen af indvandrere og flygtninge. Der lever ca. 442.000 indvandrere og efterkommere af indvandrere i Danmark. Det svarer til 8,2 % af den samlede danske befolkning.

En stor del af Danmarks udenlandske statsborgere er bosat i Københavns Kommune. Af de ca. 500.000 indbyggere i kommunen er ca. 60.000 udenlandske statsborgere, hvoraf ca. 40.000 kommer fra lande uden for EØS-området. Således udgør andelen af udenlandske statsborgere i alt ca. 12 % (fordelt på mindst 100 forskellige nationaliteter), og i forhold til deres beskæftigelsesgrad (kontanthjælpsgraden blandt etniske minoriteter i København er ca. 5 gange så stor som for etniske danskere), udgør de en skjult arbejdskraftreserve af betydelig størrelse.

Imidlertid er indvandrerne af flere grunde kun dårligt integrerede på arbejdsmarkedet.

I Københavns Kommune peger man i sit integrationsgrundlag bl.a. på følgende grunde:

- \* Manglende dansk kundskaber
- \* Manglende faglige kvalifikationer
- \* Fordomme hos arbejdsgiverne om etniske minoriteter
- \* Fordomme om arbejdsmarkedet hos etniske minoriteter
- \* Institutionelle barrierer for integration

Sprogkundskaberne er for ringe og det er svært at få arbejde - det medfører, at nydanskerne deltager mindre i kulturlivet, i den demokratiske proces og har svært ved at støtte deres børns udvikling i skole og institution - hvilket hæmmer integrationsprocessen det danske samfundsliv på en gavnlige og meningsfuld måde.

Nærværende initiativ kan ikke løse alle problemer, men det kan yde en væsentlig indsats og er målrettet følgende kerneområder:

- information
- holdningsbearbejdning
- vejledning

Indsatsen rettes både mod indvandrere og flygtningene og deres miljø, såvel som mod det omgivende samfund, kolleger blandt danskere, virksomhedsledere m.fl. Der lægges op til en ganske omfattende indsats, der skal være med til positivt at bryde den negative spiral i beskæftigelsen af indvandrere og flygtninge og en indsats, der skal satse på at bringe de nærmest forbundne kar# i spil. Vi vil ikke med nærværende ansøgning lave store undervisningsprogrammer, der kan løse sprogproblematikken. Ikke fordi vi er imod en sådan indsats, men fordi vi mener, den er meget omfattende og meget dyr. Vi vil i stedet satse der, hvor der kan skabes synlige resultater, så en positiv udvikling kan komme i gang.

Regeringen har i regeringsgrundlaget fra februar 2005 kraftigt understreget, at der skal ske en forbedret indsats på området. Det overordnede mål er #Bedre integration# og flere indvandrere i arbejde.

Der er sat et mål på, at 25.000 flere på landsplan skal i arbejde inden 2010.

Det er på den baggrund, at DR fra efteråret 2006 overfor målgruppen indvandrere og flygtninge ønsker at lancere en række tilbud, som både skal informere om det danske arbejdsmarked, motivere til sprogindlæring # herunder vise fordelene ved at være god til dansk - og bidrage til en positiv integrationsproces og medvirke til at flere kommer i arbejde, samtidig med at der over for den #gammel-danske# målgruppe tilsvarende informeres om, hvordan Danmark og danskerne opfattes med andre øjne, hvilke muligheder og potentialer der ligger i at ansætte flere indvandrere og flygtninge, og hvordan den enkelte virksomhed og den enkelte medarbejder, den enkelte uddannelsesinstitution og den enkelte lærer, kan bidrage til en positiv integrationsproces.

---

## Projektets målgruppe

---

Målgruppen for indsatsen er først og fremmest den store gruppe af nydanske borgere, som er ledige eller som er opsagte, under 25 med op til 1/2 års ledighed eller over 25 med op til et års ledighed, samt deres umiddelbare omgivelser af familie og venner blandt indvandrere og flygtninge, hvis opbakning spiller en væsentlig rolle for succes med det videre arbejdsliv.

Der lægges speciel vægt på unge efterkommere af indvandrere/flygtninge, som befinder sig i grænselandet mellem skole og uddannelse/ansættelse. De er utilpassede på arbejdsmarkedet og ryger derfor ud og ind af jobs. De to-sprogede, der påbegynder uddannelser på erhvervsskoler, har en klart højere frafaldsprocent end

etniske danskere, hvorved de får sværere ved at blive tilknyttet arbejdsmarkedet på permanent basis. Et særligt fokusområde er de nydanske kvinders arbejdsmarkedstilknytning, da der i mange grupper af flygtninge/indvandrere, er kønsrollespørgsmål at tage hensyn til i forbindelse med tilknytningen til arbejdsmarked/uddannelse.

I tilknytning hertil er den sekundære målgruppe aktører på arbejdsmarkedet og mere direkte virksomheder, der i dag er tilbageholdende med at ansætte folk med anden etnisk baggrund end dansk, samt virksomhedsledere og kolleger der kan medvirke til at åbne dørene mere og få integrationsprocessen til at tage fart.

En anden sekundær målgruppe er den københavnske befolkning som sådan, der med viden og holdninger kan være med til at fremme integrationen eller i det mindste give den en chance for at lykkes på et kvalificeret grundlag.

Med den seneste tids uro omkring Muhammed tegningerne er det vores opfattelse, at flere scenarier for at nå målgruppen er mulige:

- der kan være en endnu større skepsis end tidligere, måske ligefrem angstreaktioner i visse grupper over for integrationen, og her må vi nå målgruppen med andre billeder af virkeligheden end de mere stereotype
- der kan i nogle grupper være mobiliseret en større opmærksomhed på at gøre en ekstra indsats, fordi begivenhederne i de seneste uger/måneder med al tydelighed har demonstreret nødvendigheden
- der vil blandt mere moderate grupper af nydanskere være stor åbenhed for at gøre en fornyet indsats og for at nedbryde egne fordomme over for det danske arbejdsmarked
- der skal være styrket opmærksomhed overfor forskellige målgruppers situation, behov og interesser og hvorledes disse kan tilgodeses i TV, WEB og andre kampagneinitiativer.

Det er væsentligt at understrege, at der i forhold til at nå gruppen af nydanskere skal gøres en ekstraordinær indsats for overhovedet at få dem til at se dansk TV # store dele af gruppen ser primært TV fra deres hjemlande både for at fastholde forbindelsen til oprindelig kultur, og fordi sproget knytter forbindelse til gruppen. Der skal betydelige aktiviteter til og opbakning fra alle gode kræfter for at #sprede rygten# om godt dansk TV og for at gøre netop den del af udsendelsesfladen særligt attraktiv for gruppen af nydanskere, forhåbentligt et samlingssted for en ny indsats, en ny dialog. Der skal tilsvarende i disse sammenhænge fokuseres på web#en og web-adgangen for store dele af målgruppen, der ikke har den samme internettræning som etniske danskere. Igen skal der selekteres i arbejdet, så de rigtige grupper nås med de rigtige medier.

Projektet tager sit udgangspunkt i og er målrettet Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune, de nyledige og deres umiddelbare netværk, jf. ovenfor. Da DR er en landsdækkende station er det klart, at flere får glæde af materialet og udsendelserne. En sådan national opmærksomhed styrker arbejdet med TV og web i København, idet rigtig mange af de medvirkende blot vil blive sat endnu mere op til at levere deres bedste, i og med arbejdet ikke #blot# er forbeholdt en lille trofast lokal #fan#-skare, men rent faktisk kommer ud til hele Danmark og potentielt i Norden og/eller hos DR#s europæiske samarbejdspartnere i Eurovision-samarbejdet.

---

## Formålet med projektet

---

Projektets overordnede mål er, at der gennem motiverende og holdningsbearbejdende TV samt interaktiv web (læringsunivers) igangsættes en debat blandt indvandrere og flygtninge, samt en bred folkelig debat blandt alle danskere med det formål, at få integreret flere indvandrere og flygtninge på arbejdsmarkedet. Det handler om holdningsdiskussioner, information og vejledning.

---

## Projektets indhold

---

Delmål 1: Holdninger på spil

- fokus på udfordringer forbundet med at ansætte borgere med anden etnisk baggrund?
- hvad gør vi for integrationen på vores virksomhed?
- hvad med kollegers holdningsmæssige barrierer?
- særligt fokus omkring kvindesyn
- det danske arbejdsmarked og den danske arbejdskultur
- fokus på holdningsmæssige barrierer blandt nydanskere ift. visse typer jobs (eks. opfattes det i visse grupper som lavstatus/forræderi at blive uddannet indenfor politiet, til trods for at alting tyder på, at politiet som sådan og dermed hele samfundet ville få gavn af at have flere nydanske politibetjente)
- fup og fakta om integration mv.
- fup og fakta om indvandrere og flygtninge
- fup og fakta om etniske danskere
- fup og fakta om at komme i job

Det er vigtigt, at vi sætter fokus på de mest almene fordomme og myter og holder dem op mod fakta, samt får en dialog i gang, om hvorfor og hvordan myter og fordomme opstår og hvordan de kan ændres.

#### Delmål 2: Sprog

I en række TV-programmer, på et til formålet nyudviklet website og i forbindelse med en række af DR#s allerede eksisterende programformater vil der være:

- Fokus på vigtigheden af at kunne tale dansk
- Motivering til undervisning
- Undervisningsmaterialer
- Inspiration til handling

Indsatsen skal her inspirere til handling og styrke evnen til at tale og skrive dansk, både i forhold til ungdomsuddannelserne og i forhold til sprogskolernes undervisning.

#### Delmål 3: Information og materialeudvikling

Sammen med programmerne produceres i DR regi en aktiv web-side med omfattende informativt materiale vedrørende feltet: indvandrere & flygtninge og arbejdsmarkedet. I alle TV-udsendelser vil der blive opfordret til at gå ind på websiden og teste holdninger til og viden om nydanske kolleger.

- web#en skal være inspirerende, men samtidig være sig sin funktion som hukommelseslager meget bevidst, sådan at den, der aktiverer websitet ved, at der også løbende kan hentes nye materiale frem med de rigtige oplysninger
- kombination af TV og web med landsdækkende kampagneaktiviteter (arrangementer, møder etc.) i samspil med andre aktører på området har stor regional og lokal gennemslagskraft.

Udgangspunktet for websitet er, at læring og handling først sker, når den enkelte selv er aktiv og selv arbejder med sin virkelighed. Her har TV-mediet, som nævnt, i kombination med en aktiv web, enestående muligheder for både at inspirere og nå bredt ud.

#### Delmål 4: Vejledningsindsats specielt i forhold til unge

Det første skridt på vejen til arbejdsmarkedstilknytning for unge, ledige indvandrere/flygtninge er, at få en kompetencegivende uddannelse. Det er imidlertid et udbredt problem, at unge indvandrere og flygtninge ikke gennemfører en uddannelse eller har store vanskeligheder ved at gennemføre den, og der er brug for helt kontante rollemodeller, som det er gået godt for, og som vil fortælle om det. Det er TV mediet en god formidler af.

Tilsvarende problemer har specielt de unge indvandrere med praktikpladser og faglig vejledning undervejs, herunder simpel hjælp til lektielæsning, som kan formidles dels som et fælles problem, der kan tackles og dels ved kontakt over web-site og Internettet med ligesindede, på samme måde som vi har set det i såvel #Klikstart#- som #Arbejdslivserien#.

Endelig er der behov for vejledende TV-udsendelser og materialer på websitet omkring valg af fag med gode beskæftigelsesmuligheder i et både aktuelt og fremadrettet perspektiv, samt vejledning om iværksættelsesmuligheder i Danmark i forlængelse af kendte traditioner fra oprindelseslandene.

Parallelt med disse initiativer skal der lægges vægt på, at der ligger et solidt materiale der kan vejlede de unges forældre om uddannelsesmulighederne i Danmark og hvordan det hænger sammen med beskæftigelsesmulighederne, således at forældregenerationen får bedre muligheder for at være med omkring vejledningen af de unge.

Københavns Kommune gennemfører i forlængelse heraf en række særskilte kampagneinitiativer tilrettelagt med udgangspunkt i de centrale institutioner og projekter, der udgør kernen i integrationsindsatsen i København, med det formål at få flere unge til at gennemføre en kompetencegivende uddannelse.

Kampagneaktiviteterne udvikles i tæt samarbejde med praktiserende på området og de konkrete aktiviteter tager udgangspunkt i tre målgrupper og tre del-formål:

- de unge nyledige nydanskere skal oplyses om de gode fremtidsmuligheder, det giver at tage en uddannelse
- uddannelsesinstitutionerne skal oplyses om, hvordan man gennem brobygningsprojekter og mentorordninger skaber plads og rum til denne målgruppe
- virksomhedernes medarbejdere og ledelser skal oplyses om muligheder og fordele ved at oprette flere lærepladser (det kan bl.a. ske gennem brug af sociale/frivillige klausuler i visse brancher, præmieordninger og lign.)

Kampagneaktiviteterne kan være mangfoldige og det er væsentligt, at de udvikles i samarbejde med praktikerne på feltet. Som eksempler på lokale initiativer er radiospots, SMS, Busreklamer, Gocards, medie-brevkasser etc., ligesom temaerne kan udvikles nærmere i relation til "180 grader på 180 dage"-initiativerne, promoverende initiativområder af speciel interesse for den samlede indsats, f. eks. en solid infokampagne om vejledningscentrenes tilbud.

DR-Undervisning og Københavns kommune vil samarbejde og koordinere med eksisterende aktører på feltet, såsom Arbejdsmarkedsafdeling og Socialforvaltningen i øvrigt, Børn og Unge forvaltningens afdelinger, Beskæftigelses- og Integrationsafdelingen, Københavns Jobcenter, de eksisterende relevante skoler, sprogcentre og institutioner såvel som med de forskellige indvandrerorganisationer, der er relevante, for også derigennem at sikre tilpassede og kvalitative materialer og opmærksomhed omkring indsatsen. Der produceres 30 programmer, som sendes i 2006 - 2007 på både DR1 og DR2 med et tilhørende omfattende web-site(læringsunivers) og lokale del-kampagner.

Succeskriterier for delmålene er, at der mod slutningen af projektet kan måles et mærkbart fald i ledigheden blandt indvandrere og flygtninge, der klart indikerer at kurven kan knækkes.

Vi ved godt, at sådanne mål (f. eks et fald på mindst 10 % ved udgangen af 2008), er vanskelige på forhånd at validere tyngden af, fordi det er vanskeligt at finde direkte kausale virkningsforklaringer. Men vi mener på den anden side, at det er nødvendigt med pejlemærker der kan holde os fast i projektførelsen, så målet hele tiden står krystalklart. Vores forslag er, at sådanne endelige kvantitative mål fastlægges efter drøftelse med aktørerne på området og løbende drøftes i perioden. Intentionen er et mærkbart fald i ledigheden.

Sendetider:

DR Undervisning har faste sendetider med halvtimesprogrammer. Det betyder for denne informationskampagne, at hvert enkelt program i første omgang har fire visninger indenfor en periode af 7 dage:

DR:1 Søndag mellem kl. 12:20 og 14:00

DR2: Mandag i tidsrummet fra kl. 15:30 til 17:30

DR1: Onsdag omkring kl. 23-24

DR2: Lørdag kl. mellem kl. 13:00 og 14:30

Efter en periode på nogle måneder genudsendes programmerne så igen med 3 eller 4 visninger på nogle af de førnævnte tidspunkter. DR Undervisning har endvidere muligheden for såkaldt tema-tirsdage på DR2 i tidsrummet kl. 19:30-22:00, hvor en samlet sendetid på 2,5 time giver muligheden for at komme i dybden med et enkelt emne. Disse tematirsdage genudsendes den efterfølgende lørdag eftermiddag på DR1. DR Undervisning har også et samarbejde med andre afdelinger og kan endvidere dele research og sendetider med disse afdelinger efter nærmere aftale.

Især bliver det relevant i dette projekt at samarbejde med Københavns Radio om indslag i dennes forskellige flader. Der skal bygges på fælles research og foretages koordinerede udsendelser. Københavns Radio aflyttes hver uge af 50 % af indbyggerne i København og Frederiksberg.

På baggrund af tidligere erfaringer kan der forventes seertal i København på 15 # 25.000 og på landsplan mellem 175.000 - 225.000 seere per program, svarende til et akkumuleret seertal for hele programserien på 500.000 i København og over 5 millioner på landsplan. Når der hertil regnes TV-spots, trailere og øvrige kampagneelementer er der realistisk at forvente en høj grad af kendskab til informationskampagnens hovedbudskaber i befolkningen, både lokalt og på landsplan.

Set i det perspektiv, kan kampagnen blive omdrejningspunkt i en storstilet integrationsindsats i København (og i Danmark) 2006 - 2007.

Projektets aktiviteter og metoder

TV-mediet er vor tids mest indflydelsesrige massekommunikationsværktøj. På kort tid kan information spredes og debat sættes i gang, og store befolkningsgrupper kan involveres i samme emne på samme tid.

Men mediet skal ramme en klangbund, en respons - det skal være vedkommende og opfylde behov, det skal være nærværende og betyde noget - ellers #stemmer seerne med fjernbetjeningen# og går andre steder hen. For gruppen af danske seere til programmer som disse (en del af den sekundære målgruppe, jf. ovenfor), er det ikke nødvendigvis hele programfladen, der er interessant. Eksempelvis sprogdelen vil formentlig for de fleste danskere være uinteressant. Opgaven er imidlertid, at så store dele af den samlede flade skal være interessant for flest mulig, og det vil vi sørge for, sammenholdt med en faglig forsvarlighed og naturlig sammenhæng med indholdet.

En mindst lige så stor udfordring bliver det imidlertid at få gruppen af indvandrere og flygtninge til at følge udsendelserne, fordi de traditionelt ser mere TV fra deres hjemlande. Udfordringen er derfor både en massiv informationsindsats om udsendelser og web på hele det brede medie billede, såvel som et meget bredt samarbejde med organisationer og nyhedsmedier, erhvervsskoler og sprogskoler m. fl. omkring udbredelse af kendskabet til indsatsen.

Væsentligst i denne sammenhæng er nok valget af rollemodeller og TV-værter, der for seerne skal være genkendelige og lette at identificere sig med, og som i vores tilfælde skal dække både den unge målgruppe og den lidt ældre målgruppe.

En kampagne bør fokusere på de positive resultater fra både indsatser i projekter og på arbejdspladser, specielt

i positive personlige resultater og mediet skal sprede eksisterende erfaringer til et massepublikum. Det er de eksemplariske cases fra virksomhederne, #den gode historie#, der sættes i centrum, og som med deres konkrete sandhedsbudskab kan oplyse, fjerne fordomme og inspirere flere til handling. TV og billedmediet er med sin udbredelse og påvirkningskraft særligt velegnet til også i denne sammenhæng at sætte nye dagsordner og til at skabe nye ambassadører gennem #det gode eksempel#:

- TV skal være spændende og udfordrende og fortælle i en form, som seerne kan identificere sig med. TV skal ikke være belærende eller #korrekt#.
- TV skal fortælle #den personlige historie# og med eksemplets magt henvende sig til seerne.
- indhold og form på web og TV skal være professionelt og i en genkendelig ramme # web#en skal være inspirerende men samtidig være sig sin funktion som hukommelseslager meget bevidst, sådan at den der aktiverer websitet véd, at også fremover kan der hentes materiale frem med de rigtige oplysninger
- kombination af TV og Web med kampagneaktiviteter (arrangementer, møder etc.) har stor regional og lokal gennemslagskraft.

Udgangspunktet er, at læring og handling først sker, når den enkelte selv er aktiv og selv arbejder med sin egen virkelighed. Og her har TV-mediet, i kombination med en aktiv web, enestående muligheder for både at inspirere og nå bredt ud, ligesom lokale indsatser har en enestående mulighed for at skabe fokus omkring eget arbejdet og så at sige #læne sig opad# mediet. Det er i den sammenhæng vores erfaring, at DR lukker dørene op og dermed er medvirkende til at gøre livet lettere i det lokale arbejde.

Der skal ved tilrettelæggelsen af TV-programmerne lægges vægt på, at indholdet opleves som nærværende af seerne. Det betyder, at informationerne skal præsenteres på en levende og spændende måde i et kendt dramaturgisk og historiefortællende format, der kan fastholde interessen - også således at stoffet giver seerne lyst til på egen hånd efterfølgende at søge mere information.

Der bliver hverken tale om et #sensationspræget eller hårdtslående# dokumentarformat eller om ukritiske skønmalerier. DR Undervisning går efter seriøs informationsformidling, og spredning af eksempler på best practice, som sikrer et højere informationsniveau hos seerne. Hensigten er, at der på denne måde skabes et holdningspåvirkende grundlag for diskussion bredt i København og især på de københavnske arbejdspladser og iblandt de unge selv og deres umiddelbare omgivelser.

Programmerne skal opleves som relevante og vedkommende og der skal arbejdes med elementer som klar identifikation, inspiration, motivation, erfaringsformidling og forslag til handling. Inden programmerne går i produktion, udarbejdes der et udførligt koncept. Der foretages endvidere fokusgruppetest på udvalgte programelementer inden den endelige produktion går i gang. DR Medieforskning og DR Udvikling bistår den nedsatte redaktion i denne fase. Redaktionen vil endvidere på baggrund af resultaterne i Gallups TV-metersystem, der måler seerantal, befolkningssegmenter og tilfredsheden med programmerne løbende justere produktionen.

Web-delen af projektet skal først og fremmest være en portal, der følger hele processen og hvor man kan se enkelte klip igen og igen, efterhånden som TV-programmerne frigives. Dernæst skal den være indgang til opdateret informations- og skemamateriale, der gør det lettere at begå sig på arbejdsmarkedet, indeholdende gældende regler og cirkulærer etc., ligesom den skal have et solidt vejledningsmateriale til unge og deres forældre.

Det bliver en særlig udfordring på web-sitet at lave en sektion, der særligt kan fange og motivere de unge. Her skal der formentlig ses yderligere på form og indhold, før vi kan fastlægge et format, der både er lødigt og fascinerende, og som kan være aktivt også i kommunikationen mellem de unge. DR kan her trække på hele sin flade af afdelinger og specialenheder, sådan at nogle af de erfaringer der allerede er kan udnyttes og nyttiggøres i denne særlige serie. Eksempelvis skal nævnes erfaringerne fra P1/P3 programmerne omkring arbejde og praktik til unge indvandrere, der formentlig vil kunne omsættes i en TV-orienteret form evt. i kombination med radio, hvor de unges egen kultur danner klangbund for konstruktion af programmer og indslag, og hvor de unges egen medieindsats og egenproduktion udnyttes i kombination med mere professionelle indslag.

Særligt målrettede lokale delkampagner er det sidste indsatsmoment, og det samlede projekt får dermed fordel af den synergieffekt der vil opstå mellem de forskellige delelementer af det samlede projekt.

Tids- og handlingsplan  
Marts # Juni 2006

- etablering af projektet (administration, forberedelse af seminar, bookning af oplægsholdere til seminar)
- indledende seminar mellem projektets partnere + eksterne integrationseksperter (diskussion af tekniske

problemstillinger vedr. sammenhængen mellem projektets enkelte delelementer (TV + læringsunivers + læringsværksted), udarbejdelse af overordnet koncept for tv-udsendelserne, valg af typer til at repræsentere rollemodeller, valg af særlige fokusområder vedr. integrationsfremmende initiativer etc.).

- læringsuniversets opbygning, detaljeringsgrad og enkelte læringsselementer.
- produktion af 10 programmer til udsendelse ultimo 2006
- 1. fase af læringsuniverset udvikles (indhentning af information til modulet, etablering af links til info-hjemmesider/integrationsrådgivere mm.).
- udvikling af procesevalueringens struktur og gennemførelsesplan
- udvikling af del-kampagnernes struktur og indhold i samarbejde med de lokale aktører

Aug.- dec. 2006

- udsendelse af de første programmer
- produktion af 10 programmer til udsendelse ultimo 2006 (opfølgning på den igangværende integrationsindsats)
- 1. fase af læringsuniverset sættes i drift og 2. udviklingsfase igangsættes (produktion og klargøring)
- løbende procesevaluering af projektets delelementer. Projektets fremdrift - dialog med den enkelte partner.
- 2 - 4 lokale kampagneinitiativer afvikles

Jan - jun. 2007

- udsendelse af programmer
- produktion af 10 programmer til udsendelse medio-ultimo 2007 (Specielt målrettet virksomheder/erhvervsskoler)
- 2. fase af læringsuniverset sættes i drift
- analyser af seeraktivitet (både mht. tv-sening og aktivitet på læringsunivers)
- løbende procesevaluering. Projektets fremdrift, seernes adfærd mv.
- ændringer i projektets delelementer som følge af procesevalueringens anbefalinger
- påbegyndelse af projektevaluering (udarbejdelse af mere konkrete evalueringstemaer/kriterier)

Aug. - dec. 2007

- udsendelse af de sidste programmer
- de sidste 2 # 4 lokale kampagneinitiativer afvikles
- analyser af seeraktivitet
- procesevalueringens afslutning og aflevering af data til den endelige projektevaluering.
- færdiggørelse af indsamling af data og de sidste analyser vedr. seeradfærd, aktivitet i læringsuniverset.
- projektevaluering iht. de udarbejdede evalueringskriterier.
- afslutningskonference

---

## Ansøgers kompetencer i forhold til målgruppe og projektgennemførelse

---

DR Undervisning beskæftiger ca. 80 hovedsageligt journalistiske medarbejdere og har igennem de seneste år oparbejdet en betydelig kompetence i udførelsen af brede tværmedielle kampagner, der har haft til formål at inspirere og motivere store dele af befolkningen.

Erfaringerne viser, at projekter, der har et alment accepteret formål, et samfundsrelevant tema og som benytter sig af en lang række af DR's medier og forskellige redaktioner og hvor der etableres et tæt samarbejde med eksterne partnere, giver resultat i form af stor kendskabsgrad til budskaberne. DR Undervisning har siden 2001 gennemført projekterne: Læs for livet, Lær for livet, Klikstart og har aktuelt afsluttet den hidtil største satsning: Arbejdsliv, der netop er blevet præmieret i MCA Awards som bedste undervisningsprogram. Kampagnerne er blevet co-finansieret og produceret i samarbejde med bl.a. Undervisningsministeriet, KL, ARF og Den Europæiske Socialfond.

Klikstartkampagnen, der gennemførtes fra 2003-4, havde til formål at informere om IT og Internet og skulle motivere danskerne til at blive bedre til at bruge dem. Kampagnen havde følgende resultater:

- 20 TV-programmer, der hver især blev vist 7 gange på DR1 og DR2 og som derigennem i alt opnåede et akkumuleret seertal på 5,2 mio.
- Et stort antal radioprogrammer, herunder et specielt samarbejde med DR's 9 regionale stationer
- En række indslag i forskellige DR-programmer som Deadline P1 Morgen m.fl.
- En IT-bus der besøgte 40 danske byer
- En bredt anlagt pressekampagne, der allerede de første 4 måneder resulterede i mere end 300 artikler i dagblade og lokalblade
- Et særligt samarbejde med den landsdækkende gratisavis: Søndagsavisen
- Et omfattende website med information, tests, spil og muligheder for egen læring, der månedligt havde 30.000 brugere

- Samarbejde med uddannelsesinstitutioner og distribution af et stort antal cd-rom, vhs-bånd, løbesedler og plakater
- Et tilbud om gratis 2-dages kurser i Internet, hvori ca. 5.000 danskere deltog

Administrativt råder DR over det mandskab, der skal til for at varetage de administrative opgaver, der følger af et socialfondsprojekt og vores medarbejdere har erfaringen gennem de senere års arbejde med fondens administrative procedurer og vilkår. Vi har således de bedste betingelser for sikkerhed i det administrative arbejde.

Københavns Kommune er ansvarlig for den lokale integrationsindsats, og yderligere beskrivelse af kompetencer anses her for overflødig (men vi udarbejder naturligvis gerne en nærmere beskrivelse hvis det skulle ønskes).

Samspillet mellem DR og Københavns Kommunes forskellige forvaltninger og aktører, herunder institutioner og skoler mv. er imidlertid væsentligt, fordi flere fordele opnås:

- den lokale indsats får fordel af professionel massekommunikation med et slagkraftigt medie
- TV og web-indsatsen får adgang til praksis og det solide netværk som man lokalt har

Synergimulighederne er unikke og bør give såvel bedre og mere kvalitativt indhold i indsatsen såvel som en langt mere effektiv og slagkraftig effekt i de lokale kampagneindsatser.

DR er projektholder og juridisk ansvarlig for projektet og Københavns Kommune er partner.

DR varetager i medfør heraf ledelse og administration af projektet.

Herudover er opgavefordelingen, at DR er ansvarlig for TV, radio og Web-delen, mens Københavns Kommune er ansvarlig for de lokale opgaver og del-kampagner.

Projektet foreslår en overordnet styregruppe på chefniveau og herudover etableres en løbende arbejdsgruppe der koordinerer arbejdet i dagligdagen, herunder procesevaluering og samlet evaluering. Arbejdsgruppen mødes efter behov og de dagligt ansvarlige medarbejdere holder tæt kontakt. Det redaktionelle ansvar for medieindholdet påhviler DR.

---

## Visitation af deltagere

---

Ikke relevant.

---

## Projektets additionalitet

---

TV-mediet er aldrig tidligere brugt i en så massiv satsning på at understøtte integrationsbestræbelserne lokalt i København eller i det danske samfund som sådan. Og det bliver helt klart en kæmpeopgave at videreudvikle og tilpasse eksisterende formater til gruppen af indvandrere og flygtninge samtidig med, at den sekundære målgruppe, danskerne, også skal nås # det er aldrig prøvet før.

Vi vender så at sige op og ned på den vanlige TV-tænkning: Hvor vi normalt vil lave programmer til bredden (og så må mindretallet se med, hvis de vil), skal vi her gå den stik modsatte vej og først og fremmest nå mindretallet (med respekt for at flertallet skal kunne se med).

Samarbejdsopgaven er ligeledes uset: Vi skal forsøge at nå hele feltet af organisationer, skoler, lokale aktører, kommunens forskellige forvaltningsgrene, virksomheder, arbejdsmarkedets parter etc. og i et samspil skal vi motivere hele feltet for at knække arbejdsløshedskurven blandt indvandrere og flygtninge, der befinder sig i ingenmandslandet mellem skole og tilknytning til arbejdsmarkedet eller mellem skole og erhvervsuddannelse eller blot mellem jobs. Kampagnen skal plædere for og inspirere til støtte af specielt unge for en fastholdelse af deres uddannelser på specielt erhvervsskoler.

Vi skal altså udføre det storstilede eksperiment, at bruge TV til at #samle alle gode kræfter# omkring en ekstraordinær indsats. IKKE en indsamling til en støtteværdig sag, men en indsats af folkeoplysende karakter først og fremmest over for gruppen af indvandrere og flygtninge, men samtidig og helt nødvendigt over for de danske omgivelser i form af virksomheder mv., der SKAL medvirke i processen, hvis den skal lykkes.

---

## Projektets forventede effekt

---

Som nævnt tidligere er det hensigten at nå meget bredt ud til målgrupperne med den ønskede en motiverende



og holdningsbearbejdende effekt. Der forventes seertal i København på 15 # 25.000 og på landsplan mellem 175.000 - 225.000 seere per program, svarende til et akkumuleret seertal for hele programserien på 500.000 i København og over 5 millioner på landsplan. Når der hertil regnes TV-spots, trailere og øvrige kampagneelementer er der realistisk at forvente en høj grad af kendskab til informationskampagnens hovedbudskaber i befolkningen, både lokalt og på landsplan. Effekten ventes endvidere at være, at der mod slutningen af projektet kan måles et mærkbart fald i ledigheden blandt indvandrere og flygtninge, der klart indikerer, at kurven kan knækkes.

---

## Evaluering

---

Det planlægges at gennemføre en ekstern evaluering af kampagnens virkemidler og gennemslagskraft. Evalueringen vil have sammenlignende karakter og dermed lægge sig op ad tilsvarende undersøgelser på bl.a. Klikstart-projektet.

Evalueringsvil for så vidt angår TV og web-delen tage udgangspunkt i de akkumulerede seertal og data, samt den løbende trafik og aktivitet på læringsuniverset.

Evalueringen bygges op, så det er tydeligt illustreret, hvorvidt kampagnens budskab har resulteret i en generel holdningsmæssig ændring, hos såvel flygtninge/indvandrere, såvel som etniske danskere selv, som hos virksomheder, erhvervsskoler og borgere i almindelighed.

Evalueringskriterierne vil blive udviklet i takt med, at udsendelserne produceres, så der er synergi mellem programmernes endelige form og konkrete, målbare evalueringskriterier.

Hvad angår de lokale initiativer foretages evalueringen efter Københavns Kommunes standard for evaluering af integrationsprojekter jf. Københavns Kommunes integrationspolitik. Borgerrepræsentationen forventes den 1. juni 2006 at behandle udkast til revideret integrationspolitik (jf. borgerrepræsentationens beslutning den 2. juni 2005 (BR 328/05)), og beslutninger i medfør heraf vil blive respekteret.

---

## Information / erfaringsspredning

---

Kampagnen skal lanceres ved hjælp af pressemøder, forskellige former for events, distribution af materialer på arbejdspladser, biblioteker, uddannelsesinstitutioner, e-mails, radiosspots på kommercielle stationer, samarbejde med aviser og fagtidsskrifter. DR sørger derudover for en stor mængde spots og trailere over hele sendefloden. Igennem hele kampagnen opretholder DR en pressekampagnestab, der indsamler nyheder, viderebringer casehistorier og samarbejder med pressen og her ikke mindst med de lokale medier i Københavnsområdet. Det skal sikre, at alle initiativer omtales og at der opretholdes et højt informationsniveau omkring kampagnen.

Der skal fremstilles forskellige typer af videoer/DVD, til brug for voksen- og ungdomsuddannelserne, i faglige organisationer og til brug for medarbejderne på virksomhederne. Disse vil naturligvis samtidig blive mangfoldiggjort på landsplan, så de kan spredes som undervisnings- og inspirationsmateriale til erhvervsskoler, fagforeninger, kommuner etc.

Endeligt afholdes der en afslutningskonference, hvor projektets resultater præsenteres og drøftes.

# Periodebudget 2006: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A

## 6. Udgifter til aktivitetsgennemførelse (driftsudgifter)

(A): Udgifter vedr. projektafvikling	Jan-Apr	Maj-Aug	Sep-Dec	Sum
1002 Løn (projektforberedelse - ikke underv.)	0	0	0	0
1100 Løn (projektledelse - ikke underv.)	355.099	710.199	710.199	1.775.497
1200 Løn, administrativt personale	905.029	1.810.058	1.810.058	4.525.145
1300 Løn til vejleder m.m.	0	0	0	0
1400 Uddannelse personale/projektledelse	0	0	0	0
1500 Befordring, kost og logi/personale	47.125	94.250	94.250	235.625
1600 Kontorhold	3.000	6.000	6.000	15.000
1700 Konsulentydelse	182.870	365.740	365.740	914.350
1800 Markedsføring, reklame og annoncer.	221.200	442.400	442.400	1.106.000
1900 Husleje	0	0	0	0
2000 Varme, el m.v.	0	0	0	0
2100 Forsikringer m.v.	0	0	0	0
2200 Rengøring, løn/materialer m.v.	0	0	0	0
2300 Regnskabsassistance	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1.714.323</b>	<b>3.428.647</b>	<b>3.428.647</b>	<b>8.571.617</b>

### Notes:

- 1100 Løn (projektledelse - ikke underv.) *TV-redaktør: 1.228,40 t. à 350,- // TV-produktionsleder: 1.147 t. à 274,- // TV-redaktionsleder: 1.228,40 t. à 331,- // Web-redaktør: 37 t. à 375,- // Web-produktionsleder: 37 t. à 375,- // Kampagneledelse KBH Kommune: 0,1 årsværk kontorchef à 700.000,- + 1,18 årsværk AC'er à 450.000,-.*
- 1200 Løn, administrativt personale *5 x TV tilrettelægger (hver med ansvar for 6 udsendelser: 5 x 6 x 1021,2 t. à 295,- // Kampagnemedarbejdere: 2.294 t. à 225,- // Regnskab: 799,20 t. à 200,- // Producerassistent: 111 t. à 245,- // Caster/researcher: 555 t. à 200,- // Regional-Radiomedarb.: 1.017,5 t. à 290,- // Fotograf: 1.260 t. à 324,84,- // Studievært: 555 t. à 400,- // Lydmand: 555 t. à 301,22,- // Redigerings teknikker: 1.017,5 t. à 301,22,- // Grafiker: 277,5 t. à 400,- // Web-tilrettelægger: 555 t. à 292,- // Web-design: 111 t. à 400,- // HTML-programmør: 111 t. à 335,- // Kbh Kommune - Integrationskontoret: 1/6 AC-årsværk à 450.000,- // Kbh Kommune - Københavns Jobcenter: 1/3 AC-årsværk à 450.000,- // Kbh Kommune: Ungdommens Uddannelsesvejledning: 1/2 AC-årsværk à 450.000,-.*
- 1500 Befordring, kost og logi/personale *Logi: 15 udsendelser à 8.100,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand). // Kost: 15 udsendelser à 5.025,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand). // Transport: 15 udsendelser à 2.583,33,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand).*
- 1600 Kontorhold *10 mobiltelefoner x 12 mdr. à 125,-*
- 1700 Konsulentydelse *Konsulent: 833 timer à 900,- // Musikrettigheder: 2,5 ydelser à 10.000,- // Overspilning/kopiering: 45 ydelser à 350,- // Tekstning: 75 ydelser à 600,- // Oversættelser: 6 ydelser à 600,- // Tolkebistand: 15 ydelser à 5.000,-*
- 1800 Markedsføring, reklame og annoncer. *Radiospots: kr. 50.000,- // Præmier/plakater: kr. 35.000,- // Arrangement, DVD-produktion og kampagne: kr. 50.000 // Observer: 6 ydelser à 3.500,- // Afslutningskonference: kr. 100.000,- // Kbh Kommune: 6 kampagner à 150.000*

(A): Udgifter til projektafvikling fortsat...	Jan-Apr	Maj-Aug	Sep-Dec	Sum
Overført subtotal	1.714.323	3.428.647	3.428.647	8.571.617
2400 Evaluering	50.000	100.000	100.000	250.000
2500 Kørsel af deltagere	0	0	0	0
2600 Kost og logi deltagere	0	0	0	0
2700 Udgifter til oprettelse af bankgaranti	0	0	0	0
2800 Andet	6.600	13.200	13.200	33.000
<b>Total</b>	<b>1.770.923</b>	<b>3.541.847</b>	<b>3.541.847</b>	<b>8.854.617</b>

### Notes:

- 2400 Evaluering *Evaluering: 0,55 AC-årsværk à 450.000,-. Udgifter til evaluering baserer sig på et skøn. Opgaven vil blive sendt i udbud.*
- 2800 Andet *NCB videorettigheder: 1,5 ydelse à 10.000,- // Location-rettigheder: 15 tilladelser à 500,- // Stormøder: 3,5 møder à 3.000,-*

(B): Udg. til undervisningspersonale	Jan-Apr	Maj-Aug	Sep-Dec	Sum
3001 Løn, internt undervisningspersonale	0	0	0	0
3100 Løn, eksternt undervisningspersonale	0	0	0	0
3200 Eksternt rekvirerede kurser	0	0	0	0
3300 Konsulentydelse	0	0	0	0
3400 Befordring, kost og logi	0	0	0	0

<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Notes:				

<b>(C): Udgifter til materialer/udstyr</b>	<b>Jan-Apr</b>	<b>Maj-Aug</b>	<b>Sep-Dec</b>	<b>Sum</b>
4001 Ikke-afskriveligt materiale	676.829	1.353.657	1.353.657	3.384.144
4100 Leje og leasing	9.068	18.136	18.136	45.340
4200 Vedligeholdelse af udstyr	0	0	0	0
4300 Afskrivning hardware	0	0	0	0
4400 Afskrivning software	0	0	0	0
4500 Afskrivning inventar/materiale	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>685.897</b>	<b>1.371.793</b>	<b>1.371.793</b>	<b>3.429.484</b>

Notes:	
- 4001 Ikke-afskriveligt materiale	<i>Se vedlagte beregning af fordelingsnøgler.</i>
- 4100 Leje og leasing	<i>Optagekort til digi-cams: 5 kort à 3.500,- // Leasing af PC: 4 PC'er x 12 mdr. à 580,-</i>

<b>Total aktivitetsgennemførelse</b>	<b>Jan-Apr</b>	<b>Maj-Aug</b>	<b>Sep-Dec</b>	<b>Sum</b>
1000-2800 (A): Udgifter til projektafvikling	1.770.923	3.541.847	3.541.847	8.854.617
3000-3400 (B): Udg. til undervisn.personale	0	0	0	0
4000-4500 (C): Udgifter til materialer/udstyr	685.897	1.371.793	1.371.793	3.429.484
<b>Total</b>	<b>2.456.820</b>	<b>4.913.640</b>	<b>4.913.640</b>	<b>12.284.101</b>

# Årsbudget 2006-2007: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A

## 6. Udgifter til aktivitetsgennemførelse (driftsudgifter)

(A): Udgifter vedr. projektafvikling	2006	2007	Sum
1002 Løn (projektforberedelse - ikke underv.)	0	0	0
1100 Løn (projektledelse - ikke underv.)	1.775.497	1.775.497	3.550.994
1200 Løn, administrativt personale	4.525.145	4.525.145	9.050.290
1300 Løn til vejleder m.m.	0	0	0
1400 Uddannelse personale/projektledelse	0	0	0
1500 Befordring, kost og logi/personale	235.625	235.625	471.250
1600 Kontorhold	15.000	15.000	30.000
1700 Konsulentydelse	914.350	914.350	1.828.700
1800 Markedsføring, reklame og annoncer.	1.106.000	1.106.000	2.212.000
1900 Husleje	0	0	0
2000 Varme, el m.v.	0	0	0
2100 Forsikringer m.v.	0	0	0
2200 Rengøring, løn/materialer m.v.	0	0	0
2300 Regnskabsassistance	0	0	0
<b>Total</b>	<b>8.571.617</b>	<b>8.571.617</b>	<b>17.143.234</b>

### Notes:

- 1100 Løn (projektledelse - ikke underv.) *TV-redaktør: 1.228,40 t. à 350,- // TV-produktionsleder: 1.147 t. à 274,- // TV-redaktionsleder: 1.228,40 t. à 331,- // Web-redaktør: 37 t. à 375,- // Web-produktionsleder: 37 t. à 375 // Kampagneledelse KBH Kommune: 0,1 årsværk (kontorchef) à 700.000,- + 1,18 årsværk (AC) à 450.000,-.*
- 1200 Løn, administrativt personale *5 x TV tilrettelægger (hver med ansvar for 6 udsendelser: 5 x 6 x 1021,2 t. à 295,- // Kampagnemedarbejdere: 2.294 t. à 225,- // Regnskab: 799,20 t. à 200,- // Producerassistent: 111 t. à 245,- // Caster/researcher: 555 t. à 200,- // Regional-Radiomedarb.: 1.017,5 t. à 290,- // Fotograf: 1.260 t. à 324,84,- // Studievært: 555 t. à 400,- // Lydmænd: 555 t. à 301,22,- // Redigerings teknikere: 1.017,5 t. à 301,22,- // Grafiker: 277,5 t. à 400,- // Web-tilrettelægger: 555 t. à 292,- // Web-design: 111 t. à 400,- // HTML-programmør: 111 t. à 335,- // Kbh Kommune - Integrationskontoret: 1/6 AC-årsværk à 450.000,- // Kbh Kommune - Københavns Jobcenter: 1/3 AC-årsværk à 450.000,- // Kbh Kommune: Ungdommens Uddannelsesvejledning: 1/2 AC-årsværk à 450.000,-.*
- 1500 Befordring, kost og logi/personale *Logi: 15 udsendelser à 8.100,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand). // Kost: 15 udsendelser à 5.025,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand). // Transport: 15 udsendelser à 2.583,33,- (3 personer: tilrettelægger, fotograf, lydmand).*
- 1600 Kontorhold *10 mobiltelefoner x 12 mdr. à 125,-*
- 1700 Konsulentydelse *Konsulent: 833 timer à 900,- // Musikrettigheder: 2,5 ydelser à 10.000,- // Overspilning/kopiering: 45 ydelser à 350,- // Tekstning: 75 ydelser à 600,- // Oversættelser: 6 ydelser à 600,- // Tolkebistand: 15 ydelser à 5.000,-*
- 1800 Markedsføring, reklame og annoncer. *Radiospots: kr. 50.000,- // Præmier/plakater: kr. 35.000,- // Arrangement, DVD-produktion og kampagne: kr. 50.000 // Observer: 6 ydelser à 3.500,- // Afslutningskonference: kr. 100.000,- // Kbh Kommune: 6 kampagner à 150.000*

(A): Udgifter til projektafvikling fortsat...	2006	2007	Sum
Overført subtotal	8.571.617	8.571.617	17.143.234
2400 Evaluering	250.000	250.000	500.000
2500 Kørsel af deltagere	0	0	0
2600 Kost og logi deltagere	0	0	0
2700 Udgifter til oprettelse af bankgaranti	0	0	0
2800 Andet	33.000	33.000	66.000
<b>Total</b>	<b>8.854.617</b>	<b>8.854.617</b>	<b>17.709.234</b>

### Notes:

- 2400 Evaluering *Evaluering: 0,55 AC-årsværk à 450.000,-. Udgifter til evaluering baserer sig på et skøn. Opgaven vil blive sendt i udbud.*
- 2800 Andet *NCB videorettigheder: 1,5 ydelse à 10.000,- // Location-rettigheder: 15 tilladelser à 500,- // Stormøder: 3,5 møder à 3.000,-*

(B): Udg. til undervisningspersonale	2006	2007	Sum
3001 Løn, internt undervisningspersonale	0	0	0
3100 Løn, eksternt undervisningspersonale	0	0	0
3200 Eksternt rekvirerede kurser	0	0	0
3300 Konsulentydelse	0	0	0
3400 Befordring, kost og logi	0	0	0

<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Notes:			

<b>(C): Udgifter til materialer/udstyr</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
4001 Ikke-afskriveligt materiale	3.384.144	3.384.144	6.768.288
4100 Leje og leasing	45.340	45.340	90.680
4200 Vedligeholdelse af udstyr	0	0	0
4300 Afskrivning hardware	0	0	0
4400 Afskrivning software	0	0	0
4500 Afskrivning inventar/materiale	0	0	0
<b>Total</b>	<b>3.429.484</b>	<b>3.429.484</b>	<b>6.858.968</b>

Notes:

- 4001 Ikke-afskriveligt materiale *Se vedlagte beregning af fordelingsnøgler.*
- 4100 Leje og leasing *Optagekort til digi-cams: 5 kort à 3.500,- // Leasing af PC: 4 PC'er x 12 mdr. à 580,-*

<b>Total aktivitetsgennemførelse</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
1000-2800 (A): Udgifter til projektafvikling	8.854.617	8.854.617	17.709.234
3000-3400 (B): Udg. til undervisn.personale	0	0	0
4000-4500 (C): Udgifter til materialer/udstyr	3.429.484	3.429.484	6.858.968
<b>Total</b>	<b>12.284.101</b>	<b>12.284.101</b>	<b>24.568.202</b>

## 7. Deltagerudgifter

### Se vedlæg:

7. Deltagerudgifter - 7 (a). Udgifter til deltagere: 2006

### Se vedlæg:

7. Deltagerudgifter - 7 (a). Udgifter til deltagere: 2007

7 (a). Udgifter til deltagere: Total	2006	2007	Sum
Stat	0	0	0
Amt	0	0	0
Kommune	0	0	0
Privat	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Det samlede antal deltagere	2006	2007	Sum
Kontanthjælpsmodtagere	0	0	0
Dagpengemodtagere	0	0	0
Førtidspensionister	0	0	0
Sygedagpengemodtagere	0	0	0
Ansatte	0	0	0
Ledere	0	0	0
Lærere	0	0	0
Iværksættere	0	0	0
Forskningspersonale	0	0	0
Erhvervs- og arbejdsmarkedsaktører	0	0	0
Andre	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

7 (b). Projektets varighed pr. deltager	2006	2007	Sum
Antal teoritimer pr. deltager	0	0	0
Antal praktiktimer pr. deltager	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

7 (c). Samlede antal deltagertimer	2006	2007	Sum
Det samlede timeantal	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Notes:

## Periodebudget 2006: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A

### 8. Indirekte medfinansiering (overføres til konto 502), indtægter m.v.

8. Medfinansiering, indtægter m.v.	Jan-Apr	Maj-Aug	Sep-Dec	Sum
6500 Kontant statslig medfinansiering	0	0	500.000	500.000
7500 Kontant amtslig medfinansiering	0	0	0	0
8500 Kontant kommunal medfinansiering	0	0	1.200.000	1.200.000
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.700.000</b>

Notes:

- 6500 Kontant statslig medfinansiering *Tilskud fra Integrationsministeriet kr. 500.000 udbetales i 2006*
- 8500 Kontant kommunal medfinansiering *Kontant medfinansiering fra Københavns Kommune*

**NB-NB-NB: Beløb indtastet i hovedmenuens pkt. 7. Deltagerudgifter skal ikke genindtastes i dette hovedmenupunkt. Beløb indtastet her i dette hovedmenupunkt som indirekte medfinansiering (6001 Statslig, 7001 Amtslig, 8001 Kommunal, 9001 Privat indirekte medfinansiering) må IKKE samtidig være opført under hovedmenuens pkt. 6. Projektets udgifter til aktivitetsgennemførelse.**

8. Medfinansiering, indtægter m.v. fortsat	Jan-Apr	Maj-Aug	Sep-Dec	Sum
Overført fra forrige side	0	0	1.700.000	1.700.000
9500 Kontant privat medfinansiering	0	0	0	0
6001 Statslig indirekte medfinansiering	0	0	0	0
7001 Amtslig indirekte medfinansiering	0	0	0	0
8001 Kommunal indirekte medfinansiering	0	0	0	0
9001 Privat indirekte medfinansiering	0	0	0	0
Indtægter	0	0	0	0
Anden form for EU-støtte til projektet	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.700.000</b>

Notes:

## Årsbudget 2006-2007: Kbh. Kommune: Mål 3: 1.A

### 8. Indirekte medfinansiering (overføres til konto 502), indtægter m.v.

8. Medfinansiering, indtægter m.v.	2006	2007	Sum
6500 Kontant statslig medfinansiering	500.000	0	500.000
7500 Kontant amtslig medfinansiering	0	0	0
8500 Kontant kommunal medfinansiering	1.200.000	1.200.000	2.400.000
<b>Total</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>2.900.000</b>

Notes:

- 6500 Kontant statslig medfinansiering *Tilskud fra Integrationsministeriet kr. 500.000 udbetales i 2006*
- 8500 Kontant kommunal medfinansiering *Medfinansiering fra Københavns Kommune.*

**NB-NB-NB: Beløb indtastet i hovedmenuens pkt. 7. Deltagerudgifter skal ikke genindtastes i dette hovedmenupunkt. Beløb indtastet her i dette hovedmenupunkt som indirekte medfinansiering (6001 Statslig, 7001 Amtslig, 8001 Kommunal, 9001 Privat indirekte medfinansiering) må IKKE samtidig være opført under hovedmenuens pkt. 6. Projektets udgifter til aktivitetsgennemførelse.**

8. Medfinansiering, indtægter m.v. fortsat	2006	2007	Sum
Overført fra forrige side	1.700.000	1.200.000	2.900.000
9500 Kontant privat medfinansiering	0	0	0
6001 Statslig indirekte medfinansiering	0	0	0
7001 Amtslig indirekte medfinansiering	0	0	0
8001 Kommunal indirekte medfinansiering	0	0	0
9001 Privat indirekte medfinansiering	0	0	0
Indtægter	0	0	0
Anden form for EU-støtte til projektet	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>2.900.000</b>

Notes:



## 9. Socialfondsstøtte kalkulation

### 9. Udregning af Socialfondsstøtten

A: Samlede udgifter	2006	2007	Sum
Deltagerudgifter m.v. (konto 501)	0	0	0
Indirekte medfinansiering (konto 502)	0	0	0
Aktivitetsgennemførelse (konto 1000-4500)	12.284.101	12.284.101	24.568.202
<b>Total</b>	<b>12.284.101</b>	<b>12.284.101</b>	<b>24.568.202</b>

B: Fradrag indtægter & anden EU støtte	2006	2007	Sum
Indtægter	0	0	0
Anden EU støtte	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

C: Samlede støtteberettigede udgifter	2006	2007	Sum
Samlede støtteberettigede udgifter	12.284.101	12.284.101	24.568.202
<b>Total</b>	<b>12.284.101</b>	<b>12.284.101</b>	<b>24.568.202</b>

**Københavns- og Frederiksberg Kommuner Mål 3, prioritet 1. Der skal i nedenstående tabel indsættes 50% i støtteprocent og 0% i tvungen egenfinansiering.**

D: Indsæt procentsatser	2006	2007
Støtteprocent	50,00	50,00
Tvungen egenfinansieringsprocent	0,00	0,00

E: Foreløbig beregning	2006	2007	Sum
Foreløbigt socialfondsstøttebeløb	6.142.050	6.142.050	12.284.101
<b>Total</b>	<b>6.142.050</b>	<b>6.142.050</b>	<b>12.284.101</b>

**Dette beløb kan ikke være højere end udgifterne til aktivitetsgennemførelse med fradrag af:**

**Indtægter v. salg og anden EU støtte  
Tvungen egenfinansiering  
De kontante tilskud til aktivitetsgennemførelsen**

**Beløbet tillægges 2% til tvungen revisionskontrakt indgået mellem Socialfonden og Deloitte.**

F: Udgifterne til aktivitetsgennemførelse	2006	2007	Sum
Aktivitetsgennemførelse (konto 1000-4500)	12.284.101	12.284.101	24.568.202
<b>Total</b>	<b>12.284.101</b>	<b>12.284.101</b>	<b>24.568.202</b>

G: Minus	2006	2007	Sum
----------	------	------	-----

Tvungen egenfinansiering	0	0	0
Kontante tilskud	1.700.000	1.200.000	2.900.000
Indtægter	0	0	0
Anden EU støtte	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>2.900.000</b>

<b>H: Ansøgt socialfondsstøtte</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Resultatet af beregningen	6.142.050	6.142.050	12.284.101
Tvungen revision 2% (konto 4997)	61.421	61.421	122.841
<b>Total</b>	<b>6.203.471</b>	<b>6.203.471</b>	<b>12.406.942</b>

<b>I: Evt. egenfinansiering af revision</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Egenfinansiering af revisionsomkostning	61.421	61.421	122.841
			<b>122.841</b>

Nedenfor udregnes Den faktiske støtteprocent. Beløbet er beregnet som forholdet i procent mellem Det ansøgte Socialfondsbeløb (tabellen ovenfor) og de samlede støtteberettigede udgifter (Tabel C) med tillæg af tvungne revisionsomkostninger (Tabel H, række 2). Den faktiske støtteprocent viser hvordan projektet ligger støttemæssigt pr. år i forhold til projektadministrationernes krav, som normalt er 50%.

<b>J: Faktisk støtteprocent</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Faktisk støtteprocent	50,00	50,00

<b>K: Egenfinansiering i beløb</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Faktisk tvungen egenfinansiering	0	0	0
Faktisk egenfinansiering i øvrigt	4.503.471	5.003.471	9.506.942
<b>Total</b>	<b>4.503.471</b>	<b>5.003.471</b>	<b>9.506.942</b>

<b>L: Tvungen egenfinansiering i %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Faktisk tvungen egenfinansieringsprocent	0,00	0,00
Faktisk egenfinansierings% i øvrigt	36,30	40,33
<b>Total</b>	<b>36,30</b>	<b>40,33</b>

<b>M: Anmodet forskudsbeløb</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Anmodet forskud	0	0

## 10. Samlede udgifter og projektf finansiering

### 10. De samlede projektudgifter og den samlede projektf finansiering

<b>A: Udgifter til deltagere m.v.</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
501 Deltagerudgifter	0	0	0
502 Indirekte medfinansiering	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>B: Udgifter vedr. projektafvikling</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
1002 Løn (projektforberedelse - ikke underv.)	0	0	0
1100 Løn (projektledelse - ikke underv.)	1.775.497	1.775.497	3.550.994
1200 Løn, administrativt personale	4.525.145	4.525.145	9.050.290
1300 Løn til vejleder m.m.	0	0	0
1400 Uddannelse af personale m.v.	0	0	0
1500 Befordring, kost og logi/personale	235.625	235.625	471.250
1600 Kontorhold	15.000	15.000	30.000
1700 Konsulentydelse	914.350	914.350	1.828.700
<b>Total</b>	<b>7.465.617</b>	<b>7.465.617</b>	<b>14.931.234</b>

<b>B: Udgifter vedr. projektafvikling fortsat..</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Overført fra forrige side	7.465.617	7.465.617	14.931.234
1800 Markedsføring, reklame & annoncer.	1.106.000	1.106.000	2.212.000
1900 Husleje	0	0	0
2000 Varme, el m.v.	0	0	0
2100 Forsikringer	0	0	0
2200 Rengøring, løn/materialer m.v.	0	0	0
2300 Regnskabsassistance	0	0	0
2400 Evaluering	250.000	250.000	500.000
2500 Kørsel af deltagere	0	0	0
2600 Kost og logi/deltagere	0	0	0
2700 Udgifter til oprettelse af bankgaranti	0	0	0
2800 Andet	33.000	33.000	66.000
<b>Total</b>	<b>8.854.617</b>	<b>8.854.617</b>	<b>17.709.234</b>

<b>C: Udgifter til undervisningspersonale</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
3001 Løn, internt undervisningspersonale	0	0	0
3100 Løn, eksternt undervisningspersonale	0	0	0
3200 Eksternt rekvirerede kurser	0	0	0
3300 Konsulentydelse	0	0	0
3400 Befordring, kost og logi	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>D: Udgifter til materialer/udstyr</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
4001 Ikke-afskriveligt materiale	3.384.144	3.384.144	6.768.288
4100 Leje og leasing	45.340	45.340	90.680
4200 Vedligeholdelse af udstyr	0	0	0

4300 Afskrivning hardware	0	0	0
4400 Afskrivning software	0	0	0
4500 Afskrivning inventar/materiale	0	0	0
<b>Total</b>	<b>3.429.484</b>	<b>3.429.484</b>	<b>6.858.968</b>

<b>E: Udgifter til tvungen revision</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Tvungen revision 2%	122.841	122.841	245.682
<b>Total</b>	<b>122.841</b>	<b>122.841</b>	<b>245.682</b>

<b>F: Udgifter i alt</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Deltagerudgifter m.v. (501-502)	0	0	0
Udgifter aktivitetsgennemførelse (1000-4500)	12.284.101	12.284.101	24.568.202
Tvungen revision Deloitte (4997)	122.841	122.841	245.682
<b>Total</b>	<b>12.406.942</b>	<b>12.406.942</b>	<b>24.813.884</b>

<b>G: Fradrag indtægter og anden EU støtte</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Indtægter	0	0	0
Anden EU støtte	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>H: Samlede støtteberettigede udgifter</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Samlede støtteberettigede udgifter	12.406.942	12.406.942	24.813.884
<b>Total</b>	<b>12.406.942</b>	<b>12.406.942</b>	<b>24.813.884</b>

<b>I: Finansieringen af udgifterne</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
6000 Statslig deltager medfinansiering	0	0	0
6001 Statslig indirekte medfinansiering	0	0	0
6500 Statslig kontant medfinansiering	500.000	0	500.000
7000 Amtslig deltager medfinansiering	0	0	0
7001 Amtslig indirekte medfinansiering	0	0	0
7500 Amtslig kontant medfinansiering	0	0	0
8000 Kommunal deltager medfinansiering	0	0	0
8001 Kommunal indirekte medfinansiering	0	0	0
8500 Kommunal kontant medfinansiering	1.200.000	1.200.000	2.400.000
9000 Privat deltager medfinansiering	0	0	0
9001 Privat indirekte medfinansiering	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>2.900.000</b>

<b>I: Finansieringen af udgifterne</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Sum</b>
Overført fra forrige side	1.700.000	1.200.000	2.900.000
9500 Privat kontant medfinansiering	0	0	0
9996 Socialfondsstøtte til projektet	6.203.471	6.203.471	12.406.942
9997 Tvungen egenfinansiering	0	0	0
9998 Egenfinansiering i øvrigt	4.503.471	5.003.471	9.506.942
<b>Total</b>	<b>12.406.942</b>	<b>12.406.942</b>	<b>24.813.884</b>

<b>J: Den vejledende gennemsnitsudgift</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Samlede støtteberettigede udgifter	12.406.942	12.406.942
Samlet deltagertimetotal	0	0
VGU (Vejledende gennemsnitsudgift)	NaN	NaN

## 11. Nøgletal

### 11. Nøgletal for ansøgt tilskud - alle år

Nedenfor står forskellige nøgletal for hele projektet anført. Først den samlede støtteprocent. Den er beregnet som forholdet mellem det samlede ansøgte socialfondstilskud og de samlede støtteberettigede udgifter gennem årene.

Ansøgt støtteprocent gennem årene	%
Gennemgående støtteprocent	50,00

Dernæst beregnes det samlede ansøgte socialfondstilskud, indtægter & kontante tilskud samt egenfinansiering i forhold til de samlede udgifter til aktivitetsgennemførelse. Disse tre giver finansiering af udgifterne til aktivitetsgennemførelse (og giver derfor 100% tilsammen).

Dækningsprocenter	%
Socialfondstilskud	50,00
Kontante tilskud og indtægter	11,69
Egenfinansiering	38,31
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

## 12. Underskriftsblad

### Erklæring og underskrift

Undertegnede erklærer, at ovennævnte oplysninger og oplysninger i tilhørende skemaer og bilag er rigtige.

Der henvises til § 7 i lov om administration af tilskud fra Den Europæiske Socialfond (LOV nr. 254 af 12/04/2000)

§ 7. Er der i forbindelse med indgivelse af en ansøgning om tilskud fra Socialfonden eller i forbindelse med gennemførelsen af et projekt med tilskud fra Socialfonden afgivet urigtige oplysninger eller fortiet omstændigheder, der er af betydning for berettigelsen af det ydede tilskud fra Socialfonden, eller er der i øvrigt mod bedre vidende uberettiget modtaget tilskud fra Socialfonden, skal det med urette modtagne tilskud tilbagebetales med tillæg af renter.

Stk. 2. Er der i forbindelse med indgivelse af en ansøgning om tilskud fra Socialfonden eller i forbindelse med gennemførelsen af et projekt med tilskud fra Socialfonden udvist svigagtigt forhold, kan arbejdsministeren bestemme, at den, der er ansvarlig for projektets gennemførelse, foruden tilbagebetaling af det modtagne tilskud med tillæg af renter skal udelukkes fra at modtage tilskud til projekter fra Socialfonden i et bestemt tidsrum.

Stk. 3. De i stk. 1 og 2 nævnte forhold straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 4. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Stk. 5. Arbejdsministeren fastsætter nærmere regler om vilkår for tilbagebetaling og om udelukkelsesperioder i henhold til stk. 2.

#### Den projektansvarliges underskrift

Navn: Christian Holtet

Dato: 24-1-2006

\_\_\_\_\_  
Underskrift

#### Tilskudsmodtager (den juridisk ansvarliges) underskrift

Navn: Christian Holtet

Dato: 24-1-2006

\_\_\_\_\_  
Underskrift

## 13. Erklæringer



7. Deltagerudgifter - 7 (a). Udgifter til deltagere: 2006

7 (a). Udgifter til deltagere: 2006	Mænd u. 25	Mænd o. 25	Kvinder u. 25	Kvinder o. 25	I alt	Antal T/U/M	Beløb	T/U/M Totalt Beløb	Stat	Amt	Kommune	Privat
Kontanthjælpsmodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	50%	0%	50%	0%
Dagpengemodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Førtidspensionister	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Sygedagpengemodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Ansatte	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Ledere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Lærere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Iværksættere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Forskningspersonale	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Erhvervs- /arbejdsmarkedsaktører	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Andre (se hjælp til venstre)	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Transportgodtgørelse	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Kost og logi til deltagere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>					0			0				

7. Deltagerudgifter - 7 (a). Udgifter til deltagere: 2007

7 (a). Udgifter til deltagere: 2007	Mænd u. 25	Mænd o. 25	Kvinder u. 25	Kvinder o. 25	I alt	Antal T/U/M	Beløb	T/U/M Totalt Beløb	Stat	Amt	Kommune	Privat
Kontanthjælpsmodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	50%	0%	50%	0%
Dagpengemodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Førtidspensionister	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Sygedagpengemodtagere	0	0	0	0	0	0	0	0	100%	0%	0%	0%
Ansatte	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Ledere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Lærere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Iværksættere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Forskningspersonale	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Erhvervs- /arbejdsmarkedsaktører	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Andre (se hjælp til venstre)	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Transportgodtgørelse	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Kost og logi til deltagere	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>					0			0				