

28/03/2017

# HANDLINGER DER SKABER NY VÆKST I ASSENS KOM- MUNE FREM MOD 2020

Oplæg fra Task Force nedsat af Assens Kommune

## Indhold

Indledning.....	3
Handling #1. Imageløft og mere moderne profil.....	5
Handling #2. Markedsføring med fokus på yngre/ højtuddannede.....	8
Handling #3. Rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling med fokus på faglærte/ufaglærte.....	11
Handling #4. Iværksætter og kompetencedeling i regionale klynger og lokale virksomhedsnetværk.....	15

# Indledning

## 300 nye private jobs inden 2020

I Assens Kommune er retningen sat i Vision 2018: Assens Kommune vil føre en aktiv erhvervspolitik og kommunen skal være kendt for sin erhvervsvenlighed med fokus på iværksætteri. Med budgetaftale 2017-2020 er der sat et konkret mål om 300 nye jobs i det private erhvervsliv inden 2020. *Arbejdet i Task Force har taget afsæt de nævnte mål. Task Force lægger med dette Handlingskatalog vægt på, at der skabes jobs til både lokalt bosatte, nye indpendlere og tilflyttere.*

## Strategiske indsatser

Dette handlingskatalog med prioriterede strategiske indsatser, som understøtter de politisk fastsatte mål og Vision 2018 er udarbejdet af en Task Force af erhvervsfolk nedsat af Assens Kommune. *Task Force forudsætter, at der samtidig med realiseringen af de prioriterede strategiske indsatser også arbejdes for at forbedre fysisk og digital infrastruktur samt kommunal erhvervsbehandlingsbehandling ("En indgang"). Det er vigtige grundforudsætninger for fremtidens vækst og erhvervsudvikling i Assens Kommune.*

## Medlemmer af Task Force

Morten Rasmussen, ScanKab Cables A/S (formand)

Anders Kristensen, JK-EL A/S

Flemming Kjær, Kjær Vikar & Rekruttering

Jacob Bjerre, Scandinavian Tobacco Group A/S

Jesper Torp, Broen Lab A/S

Johnny Bøgskov, Bøgskov A/S

Kasper Sørensen, Tempur Sealy Danfoam ApS

Kristine Lyngbo, Udvikling Assens

Lars Moeslund Nielsen, Schmidts Radio A/S

Marie Louise Larsen, Hall Audio

Torben Bang, Ørelykkegaard

Task Force har afholdt fire møder. Handlingskataloget er efter Task Forces anvisninger udarbejdet af EHSB v/ Eskild Hansen.

Foruden Vision 2018 har arbejdet i Task Force også taget afsæt i en ny erhvervsprofil for Assens Kommune udarbejdet af EHSB, i DI Lokalt Erhvervsklima, i et temamøde om erhvervsudvikling den 07/11/2016 i Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget og Byrådet samt i en åben erhvervskonference den 10/01/2017.

### De fire strategiske indsatser

Task Force anbefaler i dette handlingskatalog fire strategiske indsatser, som oversigtligt er præsenteret i tabellen til højre. Indsatserne uddybes i notatet.

Indsatserne har form af afgrænsede og klart målrettede ”handlingsprogrammer”. De vokser ud af tydelige potentialer og har klare pejlemærker for, hvad der skal realiseres.

### HANDLINGER DER SKABER NY VÆKST OG BESKÆFTIGELSE

Indsatser	Potentiale	Milepæle	Pejlemærke
#1. Imageløft og mere moderne profil	Tale vores lokalområde op blandt borgere og virksomheder i regionen og nationalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omdømmeanalyse</li> <li>• Salgsklar indsats</li> <li>• Erhvervs-PR</li> <li>• Kernefortællinger</li> <li>• Bedst på Fyn</li> </ul>	Mindske efterslæb i relative huspriser
#2. Markedsføring med fokus på yngre/højtuddannede	Tiltrække flere yngre/ højtuddannede til at afslutte studier og påbegynde karriere i Assens Kommune	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Behovsbeskrivelse</li> <li>• Tidlig tilknytning</li> <li>• Markedsføring</li> <li>• Karriereevent</li> <li>• Gæsteboliger og andre fordele</li> </ul>	Fastholde stigning i antal højtuddannede i områdets erhvervsliv
#3. Rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling med fokus på faglærte/ufaglærte	Få flere virksomheder godkendt til at tage praktikanter og få flere unge/voksne ind i erhvervsuddannelse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Behovsbeskrivelse</li> <li>• Praktikplads-søgning</li> <li>• Opbakning til lærlinge/lærepladser</li> <li>• Administrativ bistand ift. praktikpladser</li> <li>• Sociale fællesskaber for lærlinge</li> <li>• Folkeskole-indsats</li> </ul>	Bremse fald i antal erhvervsuddannede i områdets erhvervsliv
#4. Iværksætter og kompetencedeling i regionale klynger og lokale virksomhedsnetværk	Styrke udvikling og overlevelse blandt mindre og nyetablerede virksomheder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frivillige mentorer</li> <li>• Virksomhedsgrupper og -netværk</li> <li>• Bestyrelses- og beslutningsstøtte</li> <li>• Virksomhedscafé</li> <li>• Steder hvor iværksættere kan møde ind</li> <li>• Virksomhedsportal</li> </ul>	Genoprette antallet af arbejdssteder i vores område

# Handling #1. Imageløft og mere moderne profil

## Potentiale

Når vi vælger, hvor vi skal bo og arbejde, er der en lang række funktionelle faktorer, der spiller ind. For mange har det mere værdibaserede og følelsesmæssige imidlertid også en stor betydning. De fleste vil gerne være del af en succes – et "fedt sted". Vi vil gerne bo og arbejde sammen med folk, der ligner dem, vi selv drømmer om at være. Det løfter og inspirerer os.

Blandt borgere, erhvervsfolk, politikere og embedsmænd i Assens Kommune er der her et uudnyttet potentiale. Vi skal alle tale lokalområdet op og være skarpere på de kvaliteter og fordele, Assens Kommune står for og vil være kendt for.

Andre steder er det lykkedes at ændre image. Tænk på Horsens, Helsingør, Klitmøller og Bornholm. Læren herfra er også, at det tager lang tid at flytte billedet af et sted. Ofte årtier! Det udelukker naturligvis ikke, at der også kan skabes resultater på den korte

bane. Men potentialet ligger især i det lange, seje træk. Der er ingen hurtige løsninger.

## Fakta

---

Der er ikke siden 2008 gennemført omdømmeanalyser for Assens Kommune, så der er ikke et opdateret billede af, hvad Assens Kommune i dag er kendt for blandt forskellige målgrupper.

Overordnet vurderes det imidlertid, at Assens Kommune ikke rigtig er kendt for noget – hverken positivt eller negativt. Der er ingen markante fyrtårne og områdesignaturer.

I en større tilflytterkampagne i 2012 blev følgende målgrupper prioriteret:

- "er yngre, enlige eller par med børn – eller som påtænker at få børn
- har venner eller familie i Assens Kommune (såkaldte "tilbageflyttere")
- bor i kommuner, der ligner de fynske – altså ikke København eller Aarhus
- bor i kommuner, hvor vi får flest tilflyttere fra. Det vil sige Odense, Faaborg-Midtfyn, Middelfart og Nordfyn.

## Strategisk retning

Hvis man vil løfte og skærpe billedet af et område, er det vigtigt at finde, udvikle og formidle nogle kernefortællinger. Fortællingerne skal hele tiden holdes i live, bekræftes og formidles på nye måder og ”købes ind” af nye aktører i og uden for området. Uden klare kernefortællinger bliver kommunikation og markedsføring let en kamp for kortvarig synlighed og opmærksomhed. Det er lidt som med kosten – wienerbrød giver sukker-chock, men effekten varer ikke ved. Men hvor kan Assens Kommune skabe stærkere fortællinger? Hvad skal Assens Kommune regionalt være mere kendt for fremover? Det skal der arbejdes meget mere med. Tre fortællinger ligger imidlertid lige for:

- **Stærk vækstkultur – ”de fynske jyder”:** I Assens Kommune findes en særlig vækstkultur præget af iværksætterier og risikovilje, som ellers primært findes i Region Midtjylland uden for Aarhus. Fortællingen understøttes i høj grad af indsatserne i dette handlingskatalog. Assens Kommune kan blive mere kendt som en dynamisk erhvervs Kommune med mange levedygtige virksomheder og med kompetente medarbejdere.
- **Erhvervsliv præget af høj kvalitet, god smag og dansk design:** Assens Kommune er begunstiget af en række fremgangsrige mel-

lemstore virksomheder stærkt profileret på høj kvalitet, god smag, dansk design og dansk møbeltradition. Det gælder Assens Tobaksfabrik Aktieselskab, Broen Lab, Bryggeriet Vestfyn, Cabinplant, Scan, Montana, Offer-Madsen, Plum, Scankab Cables, Strøjers Møbelfabrik, Strøjer Tegl, Summerbird m.fl. Her ligger en fortælling om job- og karrieremuligheder i globalt orienteret moderne højværdiproduktion, som kan formidles stærkere end hidtil i samarbejde med virksomhederne.

- **Det gode liv:** Ifølge en analyse fra Danmarks Statistik scorer borgerne i Assens Kommune højt på ”tilfredshed med livet”, ”tryghed”, ”tilfredshed med familieliv” og ”tilfredshed med egen økonomisk situation”. Kysten, havet og naturen er også aktiver med stort oplevelsesværdi for borgere og turister.

I dagens mediebillede kan man som område ikke længere bare markedsføre sig til et godt image. Man må forsøge at eliminere kilder til negative historier og fremme aktiviteter, arrangementer, events, oplevelser og indhold, der giver gode historier. Som borger, virksomhed og kommune kan man være en vigtig medspiller i de processer, der ”samskaber” et områdes image og gør det mere attraktivt for potentielle tilflyttere og turister. De muligheder bør alle aktører i Assens Kommune tage til sig og arbejde aktivt med.

## Milepæle i prioriteret rækkefølge

	2017-2018	2019-2020
<b>Omdømme-analyse:</b> Gennemførelse af årlig omdømmeanalyse blandt prioriterede målgrupper med fokus på Fyn og Trekantområdet.	✓	✓
<b>Salgsklar-indsats:</b> Kilder til negativ omtale elimineres og "ryddes op".	✓	✓
<b>Erhvervs-PR:</b> Løbende samarbejde om placering af redaktionelt indhold i relevante medier (regionale og nationale).	✓	✓
<b>Kernefortællinger:</b> Udvikling af 3-5 styrende kernefortællinger. Planlægning og gennemførelse af aktiviteter og events <sup>1</sup> , der gør fortællingerne levende og dynamiske.	✓	✓
<b>Bedst på Fyn – 10 nicher:</b> Identifikation, præsentation og formidling af 10 nicher, hvor Assens Kommune dokumenteret er bedst på Fyn. Udvikles i tæt samspil med borgere og virksomheder i kommunen. Eksempelvis: Bedste kite surfing, højeste eksport pr. indbygger, bedste læreplads, bedste drengekor m.v.	✓	
<b>Bedst på Fyn – 1 nyt fyrtårn for det gode liv:</b> Realisering af ét nyt oplevelsesfyrtårn fx sportsevents knyttet til kysten/havet eller lignende (det gode liv-fortællingen). Ide til nyt fyrtårn udvikles i tæt samspil med borgere og virksomheder i kommunen. Potentielle tilflyttere kan måske også engageres i dialogen.		✓

<sup>1</sup> Mange muligheder blev vendt fx DM/VM/EM i e-sport, sejlsport, skinnecykel, kite-surfing, krocket og Bogø triathlon.

## Forankring

Der etableres en "PR gruppe" med deltagelse af 8-10 nøglepersoner primært fra erhvervslivet og med sekretariatsbetjening af Assens Kommune.

## Mål

Effekt mål for handlingen	<b>Mindske efterslæb i huspriser:</b> Fra indeks 54 til indeks 68 ift. Danmark – indeks 68 er gennemsnittet for Fyn (se også strategitræ og mål-diagram).
Aktivitetsmål for handlingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Presseomtale:</b> Løbende resultatmåling via Infomedia med opgørelse af antal omtaler og af graden af gennemslag af prioriterede budskaber/fortællinger blandt andet via stikordsanalyse i opnåede omtaler.</li> <li>• <b>Tilflytteranalyse:</b> Eventuelt også løbende analyse blandt tilflyttere til Assens Kommune om motiver, forventninger m.v.</li> </ul>

# Handling #2. Markedsføring med fokus på yngre/ højtuddannede

## Potentiale

I de kommende år forventes der generelt ikke mangel på højtuddannet arbejdskraft i de store byer. I land- og yderkommuner kan der imidlertid komme ubalancer. En fremskrivning af arbejdskraftbalancen i Assens Kommune udarbejdet af Center for Regional og Turismeforskning viser, at situationen ændrer sig fra overskud til underskud af højtuddannede i 2016-17 og fra 2018 kan der imødeses mangler. For erhvervslivet i Assens Kommune er det derfor en særlig udfordring at gøre sig mere synlig og attraktiv overfor unge højtuddannede med speciale i områder som teknik, digitalisering og e-handel, design og eksport. Det gælder både ift. rekruttering og bosætning.

Tiltrækningspotentialet ift. yngre/højtuddannede ligger primært i de job- og karrieremuligheder, der ligger i områdets virksomheder (jf. også faktaboksen). Potentialet kan være særlig stort, hvis der

gennem uddannelsessamarbejde kan skabes en tidlig tilknytning mellem den studerende og erhvervslivet i Assens Kommune. Potentialet er endvidere størst i opgangstider, så det er nu, der skal handles!

## Fakta

---

En nylig analyse (SFI (2014): "Flytninger fra byer til land- og yderområder") giver vigtig viden om mønstre og motiver i højtuddannedes flytninger fra byer til landkommuner som fx Assens Kommune:

- Højtuddannedes tilflytning til landkommuner er i høj grad konjunkturafhængig; i perioder med opsving er der stigende tilflytning.
- Unge nyuddannede er meget mobile og flytter ud primært for at kickstarte deres karriere, få erfaringer på jobmarkedet, få lov til at tage større ansvar og få lov til at afprøve og anvende flere kompetencer end der typisk er mulighed for i stillinger i byerne. Sekundært for at få større bolig og for at få et godt opvækstmiljø for børn (tæt på natur og overskueligt lokalområde).
- Landkommuner kan således fremme tilflytning af unge højtuddannede ved at skabe opmærksomhed om de særlige muligheder på arbejdsmarkedet, som kan være attraktive for dele af den højtuddannede arbejdskraft.
- En anden måde at understøtte dynamikken og tilflytningen på kan være at fremme gode og attraktive lejemuligheder, så det bliver let for tilflyttere at bosætte sig for en periode.



## Strategisk retning

For erhvervslivet i Assens Kommuner handler tiltrækning af flere yngre/højtuddannede i første række om at sælge sig selv bedre end hidtil. Virksomhederne skal være mere synlige og mere inviterende ift. uddannelsesinstitutionerne, de studerende og de færdige kandidater primært i Odense, sekundært i resten af landet. Det drejer sig om at tilbyde spændende studieprojekter og -opgaver, praktikmuligheder og jobs.

Der er nogle image-barrierer, som skal tackles. Det gælder særligt de traditionelle værdier, der kendetegner landkommuner som Assens Kommune. Det afskrækker de yngre/ højtuddannede. Uden at forlade sit ståsted kan Assens Kommune imidlertid godt bringe sig i en bedre position overfor de yngre/ højtuddannede. Det kan bl.a. gøres ved at udvikle og formidle fortællinger som:

- **Vi har jobs og du får mulighed for professionel succes:** Internationale vækstvirksomheder, gode jobs, stort ansvar, hurtigt advancement, dygtige ledere og kolleger, andre unge professionelle o.a.
- **Der er andre som dig/jer/os:** Jeg/vi er ikke de første, der er mange andre yngre/højtuddannede, du/I er velkomne – vi vil gerne være flere!

- **Du får både vand, land og by:** Du/I får nærvær, tryghed, godt naboskab, kyst og natur, fritidsmuligheder, gode idrætsfaciliteter, gode skoler; kort sagt muligheder for at leve det gode liv – og det er i en forstad meget tæt på Odense og Trekantområdet!

Indholdet og budskaberne i markedsføringen skal bæres og afsendes af yngre/højtuddannede, der allerede har engageret sig i lokalområdet som indpendlere, tilflyttere, besøgende, interesserede m.v. Muligheden for professionel karriereudvikling er som nævnt det primære. Når yngre/højtuddannede så har fået arbejde, bør muligheden for køb af god og billig bolig og tilflytning til området kommunikeres stærkt. De yngre/højtuddannede bør selv engageres i og stå for at udvælge ("kuratere") indhold til markedsføringen. Kanalerne i markedsføringen bør dels være direkte op-søgende bearbejdning af unge/højtuddannede (invitationer, begivenheder, nyhedsbreve m.v.), dels sociale medier.

Handlingen skal samlet set åbne et nyt "rør" i samspillet mellem studerende ved relevante videregående uddannelser og virksomheder med behov for højtuddannet arbejdskraft i Assens Kommune. Det kræver først og fremmest en dedikeret brobygning gerne forankret i Assens Kommune.

## Milepæle i prioriteret rækkefølge

	2017-2018	2019-2020
<b>Behovsbeskrivelse:</b> Præcis og løbende opdateret angivelse af hvilke typer og mængder af højtuddannede, der er behov for.	✓	✓
<b>Tidlig tilknytning:</b> Øge antallet af virksomheder og antallet af lærere og studerende primært fra Odense, der indgår i samarbejde om studieprojekter og -opgaver, praktikforløb o.l. Både via SDU og direkte til relevante studiemiljøer særligt prioriteret af virksomheder i Assens Kommune.	✓	✓
<b>Markedsføring:</b> Via sociale medier initiere og understøtte samtaler med og blandt yngre/højtuddannede om job- og karrieremuligheder, anbefalinger om bosætning og oplevelser m.v.	✓	✓
<b>Karriereevent:</b> Samle relevante virksomheder og yngre/højtuddannede personer om at skabe et særligt event til målgruppen i lokalområdet – en besøgsdag, en matchmaking-event eller lignende. Eventen skal kapitalisere på den forudgående relationsopbygning.		✓
<b>Gæsteboliger og andre fordele:</b> Skabe et markant og opsigtsvækkende tilbud til yngre/højtuddannede om at kunne leje en attraktiv bolig og teste "karriere-livet på landet" i en prøve-periode.	✓	

## Forankring

En gruppe af engagerede yngre/højtuddannede i samarbejde med private virksomheder med særlig interesse for målgruppen, relevante uddannelsesinstitutioner, Assens Kommune m.v. Sekretariatsbetjenes af Assens Kommune, hvor "brobygger"-funktion også er forankret.

## Mål

Effekt mål for handlingen	<b>Fastholde stigning i antal højtuddannede:</b> 800 personer (vækst på 150 i fht. 2015) med langt videregående uddannede beskæftiget i Assens Kommune i 2020 (se også strategitræ og mål-diagram).
Aktivitetsmål for handlingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Antal yngre/højtuddannede engageret</b> i indsatsen via samtaler, anbefalinger, studenteropgaver, praktik, job (der opbygges database af emner til direkte kommunikation i form af nyheder, invitationer, anbefalinger m.v.).</li> <li>• <b>Antal private virksomheder</b> engageret i indsatsen.</li> </ul>

# Handling #3. Rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling med fokus på faglærte/ufaglærte

## Potentiale

Ledigheden i Assens Kommune er lav og i nogle brancher er der tegn på mangel på arbejdskraft og forgæves rekrutteringer.

Fremover forventes mangel på faglærte og samtidig et voksende overskud af ufaglærte. Erhvervslivet i Assens Kommune er ligesom i andre landkommuner i højere grad end erhvervslivet i de mellemstore og store byer baseret på faglært arbejdskraft. Mangel på faglært arbejdskraft kan blokere den fremtidige erhvervsudvikling. Derfor er der også et stort potentiale i at fremme uddannelsen af faglærte i lokalområdet. Ift. den ordinære lokale arbejdsmarkedsindsats er kommunens Jobcenter den primære aktør (se også faktaboksen). Her styrkes samarbejdet med de mest aktive virksomheder bl.a. gennem etablering af et Advisory Board.

## Fakta – virksomhedsstrategien "Et stærkt partnerskab" (2014)

---

I stikord indebærer strategien:

- **Synlighed:** Services "sælges" og kommunikeres professionelt (brochurer, hjemmeside, netværksmøder o.a.). Viden om virksomhederne styrkes og systematiseres (en "videnoversigt" over virksomhederne gennem CRM-system), så service kan differentieres til den enkelte virksomheds profil.
- **Tilgængelighed:** Let adgang, høj faglig og kompetent service, enkle og smidige kontaktmuligheder. Kommunikationsplatform, fælles intern kurs og virksomhedsservicekultur. Fælles fynsk rekrutteringsservice og Jobmesse.
- **Hjemmeside:** Én indgang til Jobcenteret og/eller indgang gennem Erhvervskontakten. Egen hjemmeside for virksomhedsservice; "sælger virksomhedsservice" til virksomhederne. Om muligt anvende apps i virksomhedskontakten. Kommunikationsstrategi fra virksomheden til Jobcenteret.
- **Virksomhedssamarbejdet:** Lære virksomhederne at kende så godt, at vi kan agere professionelt på den baggrund. Samarbejde med de øvrige fynske kommuner om virksomhedsservice. Styrke den opsøgende virksomhedskontakt. Dialog og/eller fora med virksomheder. Indføre KAM (key account manager) overfor udvalgte virksomheder h.u. monitorering. Professionel opfølgning på besøg, aftaler, indsats m.v.
- **Differentieret virksomhedsindsats:** Opsøgende virksomhedskontakt til fire grupper; a) ønsker samarbejdsaftale (18%), b) ønsker løbende kontakt (26%), c) ønsker situationsbestemt service (41%) og d) ønsker ikke samarbejde (15%).

## Strategisk retning

Lokale aktører kan naturligvis ikke på egen hånd løse de balanceproblemer, Assens Kommune i de kommende år står overfor, når det gælder adgang til faglært arbejdskraft. Det er imidlertid hævet over enhver tvivl, at der lokalt kan ydes et vigtigt bidrag.

For virksomhederne er den sikreste vej til faglært arbejdskraft selv at medvirke til at skabe den. Erfaringsmæssigt fortsætter ca. 80 pct. af de nyudlærte nemlig i den virksomhed, hvor de stod i lære.<sup>2</sup> Samtidig er der over hele landet en tendens til at virksomhederne lægger sig i selen for at være mere attraktive ift. den kvalificerede arbejdskraft. Det er sælgers marked og det har de dygtigste virksomheder taget bestik af. Det ses også i Assens Kommune, hvor nogle virksomheder nu selv tager et større medansvar for deres kompetenceforsyning – både ved at tage elever, men også ved at fastholde medarbejdere, opkvalificere eksisterende medarbejdere til nye funktioner, samarbejde med andre virksomheder om at udvikle de menneskelige ressourcer også blandt borgere "på kanten" af arbejdsmarkedet.

---

<sup>2</sup> Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, 2016: "8 ud af 10 virksomheder beholder lærlingen efter endt uddannelse."

Hvis det skal lykkes at imødegå den truende mangel på faglært arbejdskraft skal Jobcenteret og uddannelses-aktører som AMU-Fyn, Korinth-Dalum Landbrugsskole, Syddansk Erhvervsskole og Erhvervsakademi Lillebælt være skarpere og dygtigere end hidtil. Dét skridt løser imidlertid ikke i sig selv opgaven. Der er også behov for at virksomhederne engagerer sig langt stærkere i uddannelsessagen, og at der skabes en lokal "bevægelse" for at få flere virksomheder godkendt til at have elevpladser og få flere unge og voksne i læreplads. Det er nemlig her, der kan gøres mere: Det er især i det private erhvervsliv og især blandt de virksomheder, der ikke allerede tager elever, at det store uudnyttede potentiale ligger. Flere virksomheder skal engageres!<sup>3</sup>

Der er endvidere behov for at sikre en ekstra "rummelighed" når det gælder både unge og ældre, der kan bringes ind i erhvervsfaglig uddannelse og efteruddannelse. Sidst men ikke mindst er der også brug for at bakke op om at løfte kvaliteten af og synligheden omkring erhvervsuddannelserne, så flere forældre, unge og voksne ufaglærte får mod på og interesse for erhvervsuddannelse.

---

<sup>3</sup> Undervisningsministeriet (2015): "Praktikplads potentiale og benchmarking af erhvervsskolerne."

## Milepæle i prioriteret rækkefølge

	2017-2018	2019-2020
<b>Behovsbeskrivelse:</b> Præcis og løbende opdateret angivelse af hvilke typer og mængder af uddannelser, der er behov for ift. ledige job og fremtidige mangler.	✓	✓
<b>Praktikplads-søgning:</b> Identifikation af lokale virksomheder, der kunne tage elever, men ikke gør det. Motivering, bearbejdning og om muligt belønning af disse for at åbne mulighed for flere elever/voksenlærlinge. I samarbejde med skolerne og Jobcenterets virksomhedskonsulenter.	✓	✓
<b>Opbakning til lærlinge/lærepladser:</b> Synliggørelse af mulighederne for fx at få økonomisk støtte, støtte fra mentor, psykolog ift. lærlinge, så sandsynligheden for gennemførelse maksimeres. Omfatter også styrkelse af initiativer, der kan få flere "ikke jobparate" ind i uddannelse og beskæftigelse eventuelt gennem udbygning af Virksomhedsstafetten.	✓	✓
<b>Administrativ bistand ift. praktikpladser:</b> Tilbud om bistand og vejledning ift. administration af lærlinge. Også bistand til deling af lærlinge. I samarbejde med ambassadører og skoler.	✓	✓
<b>Sociale fællesskaber for lærlinge:</b> Etablering af lokale lærlinge-klubber, lærlinge-rejser, gallafester for nyuddannede m.v.	✓	✓
<b>Folkeskole-indsats:</b> Styrket samarbejde med lokale folkeskoler om praktik, besøg, opgaveskrivning o.a., så mulighederne i erhvervsuddannelse bliver mere synlige og interessante.	✓	✓

## Forankring

En lærlinge-gruppe<sup>4</sup> forankret blandt aktivt medejende virksomheder og med deltagelse af vikarbureauer, Jobcenter, folkeskoler, AMU-Fyn, Kold College, Korinth-Dalum Landbrugsskole, Syddansk Erhvervsskole og Erhvervsakademi Lillebælt. Sekretariatsbetjent af Assens Kommune. Endvidere etableres som nævnt et Advisory Board for Jobcenteret bestående af aktive virksomheder, der samarbejder med Jobcenteret om at udvikle virksomhedsindsatsen m.v.

## Mål

Effekt mål for handlingen	<b>Bremse fald i antal erhvervsuddannede:</b> 6000 (+200 ift. 2015) erhvervsfagligt uddannede beskæftiget i Assens Kommune i 2020 (se også strategitræ og mål-diagram)
Aktivitetsmål for handlingen	<b>Antal nye lærlingeaftaler:</b> I 2016 var der i de 24 største erhvervsuddannelses typer målrettet det private erhvervsliv 176 nye lærlingeaftaler med virksomheder i Assens Kommune (se tabel på næste side). Målet for 2020 er 220 nye lærlingeaftaler. <b>Antal voksenlærlinge:</b> Ultimo 2016-primo 2017 var der 41-46 voksenlærlinge. Målet for 2020 er af Assens Kommune

<sup>4</sup> Lærlingegruppen er en anden gruppe end det Advisory Board til Jobcenteret, der tidligere er nævnt. Advisory Board arbejder med den samlede ordinære indsats. Lærlingegruppen støtter op om en ekstraordinær indsats for at styrke adgangen til kvalificeret arbejdskraft med fokus på erhvervsuddannelser.

fastsat til 81-86 (+40 i fht. nu).
------------------------------------

#### ANTAL NYE LÆRLINGEÅFTALER

	<i>Antal Assens Kommune</i>	<i>Assens Kom- mune andel Fyn</i>	<i>Antal Assens Kommune</i>	<i>Assens Kom- mune andel Fyn</i>
	<b>2008-2016</b>		<b>2016</b>	
Detailhandel	116	2,8%	14	3,8%
Træfagenes byggeud- dannelse	249	8,2%	32	8,0%
Kontor	113	4,5%	11	4,5%
Landbrug	288	17,4%	19	12,1%
Elektriker	118	7,5%	17	8,3%
Gastronom	29	2,3%	4	2,6%
Personvogsmekaniker	82	8,1%	17	7,2%
Frisør	65	7,2%	6	9,1%
VVS-energi	44	5,0%	6	5,4%
Smed	83	9,6%	8	7,6%
Data- og kommunikation	39	4,5%	6	6,3%
Bygningsmaler	36	4,5%	7	7,8%
Væksthusgartner	13	1,8%	0	0,0%
Mekaniker	46	6,8%	0	0,0%
Handel	29	5,1%	5	8,3%
Serviceassistent	0	0,0%	0	0,0%
Tjener	11	2,3%	2	3,5%
Vejgodstransport	41	8,6%	4	6,2%
Lager	14	3,0%	3	3,6%
Bager	60	13,3%	1	2,6%
Industritekniker	25	6,0%	4	6,9%
Ernæringsassistent	13	3,2%	4	9,1%
Detailslagter	44	11,4%	2	4,8%
Ejendomsservice	16	4,1%	2	4,0%
Anlægsgartner	18	5,3%	2	3,5%

I alt	1592	6,1%	176	6,1%
-------	------	------	-----	------

Tabellen viser, at virksomheder i Assens Kommune samlet set har 6 pct. af de nye fynske lærlingeaftaler inden for de 24 udvalgte erhvervsuddannelser. Til sammenligning er 9 pct. af de i alt 113.000 erhvervsuddannede på Fyn bosat i Assens Kommune.

Andelen af nye fynske lærlingeaftaler i Assens Kommune er over gennemsnittet inden for:

- træfagenes byggeuddannelse
- landbrug
- elektriker
- personvogsmekaniker
- frisør
- smed
- bygningsmaler
- handel
- industritekniker
- ernæringsassistent

*Anm.: Opgjort for de 24 største erhvervsuddannelsestyper på Fyn målrettet det private erhvervsliv.*

*Kilde: Beregnet efter kørsel udført af Syddansk Erhvervsskole Odense-Vejle efter <http://statweb.uni-c.dk/Databanken/uvmDataWeb/ShowReport.aspx?report=EAK-tilgang-erhudd>*

# Handling #4. Iværksætteri og kompetencedeling i regionale klynger og lokale virksomhedsnetværk

## Potentiale

I den regionale og nationale erhvervs- og innovationspolitik prioriteres vækstvirksomheder og virksomheder i globalt orienterede klynger. Udvikling Assens (se også faktaboksen til højre) skal informere, motivere og videresende den type virksomheder til regionale/nationale tilbud. I et andet segment af virksomheder - de mange nye og mindre virksomheder - kan bedre salgsarbejde, ledelse, styring og digitalisering sikre driften, styrke udvikling og øge sandsynligheden for langsigtet overlevelse. Det kan fremmes ved at ledere, funktionschefer og specialister deler kompetencer om virksomhedsdrift og -udvikling med virksomheder, som de kender i lokalområdet. Den type samarbejde er der allerede efterspørgsel efter.

## Fakta

---

Udvikling Assens varetager efter driftsaftale en række specifikke erhvervs- og turismeaktiviteter for Assens Kommune:

- Konkret erhvervsservice og støtte til virksomhedsudvikling for alle virksomheder i Assens Kommune
- Rådgivning og vejledning til iværksættere
- Aktiv koordinering med Udvikling Fyns erhvervsudviklingsinitiativer, herunder varetagelse af Assens Kommunes forpligtelser til at indgå i samarbejder i regi af Udvikling Fyn
- Aktiv koordination med Væksthus Syddanmark. herunder varetagelse af Assens Kommunes forpligtelser til at indgå i samarbejder i regi af Væksthus Syddanmark
- Turistinformation
- Lokal turismemarkedsføring, herunder udvikling og vedligeholdelse af digitale platforme fx visitassens.dk

Efter nærmere aftale samarbejder Udvikling Assens og Assens Kommune også om andre opgaver fx CSR, events eller marketingopgaver.

Sammen med andre kommuner på Fyn hhv. i Region Syddanmark driver Assens Kommune også Udvikling Fyn<sup>5</sup> og Væksthus Syddanmark<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Tilbyder Destination Fyn Klyngen, Food Fyn, Fyns Maritime Klynge, Miljøforum Fyn, Odense Robotics og Sport Event Fyn.

<sup>6</sup> Tilbyder vækstkortlægning, vækstplan, vækstprogram; AutomationsBoost, Erhvervspartnerskabet, Globale VækstKompetencer, InnoBooster, RoboExport, Strategisk Kompetenceudvikling, Spirende Fødevareoplevelser og Syddansk Fødevareklynge.

## Strategisk retning

Den grundlæggende ide bag initiativet er helt enkel: Der er et uudnyttet potentiale i at virksomheder i et lokalområde som Assens Kommune deler viden og erfaringer med ledere og specialister fra andre virksomheder. Den kompetence, den ene virksomhed mangler, kan ofte findes ovre hos naboen.

Der er evidens for, at ideen er god. En række analyser har i tidens løb dokumenteret, hvordan mindre og mellemstore virksomheder skaffer sig viden. De primære kilder er leverandører, kunder og konkurrenter - m.a.o. værdikæden, virksomheden er del af.<sup>7</sup>

I næste række kommer viden fra revisor og andre rådgivere som konsulenter og Godkendt Teknologisk Service, efteruddannelse, private netværk samt venner/familie. Her kan ressourcepersoner i lokalområdet spille en særlig rolle. Geografisk nærhed og udviklet "social kapital" kan åbne adgang til kompetencer, fordi tillid, personligt kendskab og anbefalinger spiller en stor rolle, når mindre og mellemstore virksomheder søger og hjemtager viden.

---

<sup>7</sup> Derfor er det også en god ide fx at engagere sig i klynger, som netop er kilder til viden inden for et givent markedsområde.

Blandt mindre og mellemstore virksomheder er der nogle særligt udbredte udfordringer, som det især kan give værdi at dele viden om. Det gælder digitalisering, salg, ledelse/organisation, styring af økonomi/personale og generationsskifte. Det drejer sig i høj grad om at sikre en god forretningsadministration. Hvis det mangler, er det også svært at udvikle. Drift og udvikling er to sider af samme mønt.

Udvikling Assens skal ikke i eget regi opbygge dyb ekspertise i virksomhedsudvikling, forretningsadministration m.v. Foreningen skal være en kanal til viden og et sted, hvor medlemmer og eksterne ressourcepersoner og aktører matches og deler viden og ressourcer. Det kræver kapacitet til facilitering i Udvikling Assens fx i form af flere seminarer, et mentor-program, etablering af vækstgrupper m.v.

Der er allerede sket en betydelig medlemsmobilisering i Udvikling Assens (nu ca. 275 medlemmer), og der er skabt mange relationer i og omkring foreningen. Det arbejde kan der nu høstes og bygges videre på.



## Milepæle i prioriteret rækkefølge

	2017-2018	2019-2020
<b>Frivillige mentorer:</b> Søge, motivere og engagere en kreds af frivillige mentorer med stor erfaring i forretningsudvikling, ledelse, salg, økonomi, digitalisering m.v., som gerne deler kompetencer med andre virksomheder.	√	√
<b>Virksomheds-grupper og -netværk:</b> Mulighed for at virksomheder, der finder sammen, kan mødes mere fortroligt og gå dybere ind i deling af kompetencer og ressourcer.	√	√
<b>Bestyrelses- og beslutningsstøtte:</b> Mere målrettet formidling af ekspertise og støtte til nye og små virksomheder, der står overfor større, strategiske beslutninger, som kræver støtte enten vedvarende eller midlertidigt.	√	√
<b>Virksomheds-cafe:</b> Flere åbne arrangementer, hvor virksomheder kan få adgang til det lokale netværk af kontakter, samarbejdspartnere og rådgivere.	√	√
<b>Steder hvor iværksættere kan møde ind:</b> Åbne op for at der gerne i større etablerede virksomheder kan skabes mulighed for at en gruppe iværksættere kan sidde og være del af et professionelt forretningsmiljø.	√	√
<b>Virksomhedsportal:</b> Etablere et åbent online virksomhedsregister, hvor virksomheder kan synliggøre egen profil, kompetencer, jobmuligheder o.a. <sup>8</sup>	√	

<sup>8</sup> Kan fx etableres med inspiration fra Lejre Kommunes Virksomhedsportal virksomheder-lejre.dk. En ny regional portal i regi af work-live-stay.dk kan måske udgøre platformen for en løsning med stærkt lokalt fokus og ejerskab.

## Forankring

Indsatsen forankres i Udvikling Assens. Indsatsen bygger primært på aktiv inddragelse af både medlemmer og af andre personer og aktører med kompetence og ressourcer.

## Mål

Effekt mål for handlingen	<b>Genoprette antallet af arbejdssteder:</b> 2200 arbejdssteder i den private sektor i 2020 (200 flere end i 2014)
Aktivitetsmål for handlingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Antal virksomheder i formelle netværk i Udvikling Assens:</b> Målet er 10 i 2017 stigende til 80 i 2020.</li> <li>• <b>Antal virksomheder i mentorforløb i Udvikling Assens:</b> Målet er 15 i 2018 stigende til 60 i 2020.</li> <li>• <b>Antal virksomheder vejledt af Væksthus Syddanmark:</b> Var 18 i 2016 – målet er 26 i 2020.</li> <li>• <b>Antal virksomheder medlemmer i Udvikling Fynklynger:</b> Var 32 i 2016 – målet er 47 i 2020.</li> </ul>