

Projektets navn	Talenttiltrækning
EU medfinansiering (kr.)	10.000.000,00

Vedhæftede filer

Bilag_budget.pdf

Bibliografi.pdf

Bilag 1_model for projektet_talenttiltrækning.pdf

Bilag 2_delelementer i karriereportalen.pdf

Bilag 3_Baggrundsforståelse_mediebillede og Employee Advocacy.pdf

Business Region MidtVest_partnererklæring.pdf

Business Region Aarhus_partnererklæring_underskrevet.pdf

CopCap_Partnererklæring_Underskrevet.pdf

1. Vigtig information før du ansøger

Jeg har gjort mig bekendt med indholdet i denne menu ☐ Ja

2. Valg af investeringsprioritet og aktivitet

Vækstfora m.m.	Vækstforum Midtjylland
Program	Socialfonden
Prioritetsakse	4. Erhvervsuddannelse og videregående uddannelse
Investeringsprioritet	4.2 Erhvervsfaglig uddannelse (voksne) og videregående uddannelse

Kort vurdering af overensstemmelse mellem projektet og investeringsprioriteten

Projektet placerer sig i prioritetsakse 4: *Erhvervsuddannelse og videregående uddannelse* og vil sikre, at man opnår det specifikke mål 4b: *øge antallet af personer med erhvervsuddannelse (voksne) eller videregående uddannelse*. Dette fordi projektet vil tiltrække kvalificeret arbejdskraft (både højtuddannede og faglærte) for at imødekomme manglen på kvalificeret arbejdskraft i regionen. Projektet vil i høj grad være en hjælp til regionens små og mellemstore virksomheder, da de oftest ikke selv har ressourcerne til dette. Projektet vil også rette sig mod tiltrækning af studerende bl.a. til Aarhus Universitet i Aarhus og Herning. Begge tiltag vil øge antallet af personer med erhvervsuddannelse og videregående uddannelse i regionen.

3. Vækstforum - information samt valg af indsatsområde

Kort begrundelse for valg af regionalt indsatsområde (se hjælpe tekst)

Projektet retter sig mod at sikre at virksomhederne i regionen har adgang til en velkvalificeret arbejdsstyrke, da det er af afgørende betydning for deres fortsatte vækst og udvikling. Dette gøres gennem tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft og tiltrækning af studerende til Region Midtjyllands virksomheder.

Dermed bidrager projektet til flere af de delmål Region Midtjylland har sat i Vækst- og Udviklingsstrategien for 2015-2025, nemlig: *Vi hjælper virksomhederne med at skabe vækst og omstille sig til verdensmarkedet, vi dyrker vores styrker og vi sikrer balancen mellem udbud af arbejdskraft og erhvervslivets efterspørgsel.*

4. Stamoplysninger (projektet og kontraktansvarlig partner)

Projektets navn	Talenttiltrækning
Projektets startdato	1-1-2019
Projektets slutdato	31-12-2021
Udføres projektet i region Sjælland (se hjælpe tekst)	
CVR-P, CVR under stiftelse eller CPR	CVR-P (Produktionsnummer)
CVR-P nummer	1003365657
Navn	ÅRHUS KOMMUNE RÅDHUSET
Selskabsform	Primærkommune
CVR nummer	55133018
Adresse	Rådhuspladsen 2
Postnummer	8000

By	Aarhus C
Region	Ikke tilgængelig
Branche (NACE kode)	8411
Branche beskrivelse	Generelle offentlige tjenester
Telefon	2372 1014
E-mail	jjaba@aarhus.dk

Projektansvarlig/kontaktperson fornavn	Jane
Projektansvarlig/kontaktperson efternavn	Baad Jensen
Projektansvarlig/kontaktperson Telefon	2372 1014
Projektansvarlig/kontaktperson Email	jjaba@aarhus.dk
Regnskabsansvarlig (for- og efternavn)	Ejgil Lauridsen
Regnskabsansvarlig Telefon	89409305
Regnskabsansvarlig Email	el@aarhus.dk

Tegningsberettigede er flyttet til punkt 15 i hovedmenuen (15. Erklæring og underskrift).

Har projektet anden adresse end kontraktansvarlig partner?	Nej
---	-----

5. Hovedaktiviteter (liste) samt projektspecifikke output og effekter

Projektets hovedaktiviteter	Navn på hovedaktiviteten
Projektets 1. aktivitet	Kortlægning
Projektets 2. aktivitet	Etablering af IT platform
Projektets 3. aktivitet	Etablering af netværk
Projektets 4. aktivitet	Branding af Midtjylland som karrieredestination
Projektets 5. aktivitet	Kommunikation og formidling
Projektets 6. aktivitet	Samle op på og koordinere tidligere gennemførte aktiviteter målrettet modtagelse og fastholdelse
Projektets 7. aktivitet	Programledelse
Projektets 8. aktivitet	-

Ønsker du at definere projektspecifikke indikatorer (output og effekter)? (se hjælpe teksten) ☒ Ja

Projektspecifikke output	Navn på output
Projektets 1. output	Antal virksomheder på karriereportalen
Projektets 2. output	Antal unikke kandidater, der besøger digitale rekrutteringsplatforme
Projektets 3. output	Antal kandidater der lægger cv ind i database og/eller skriver sig op til e-mail korrespondance

Projektspecifikke resultater (effekter)	Navn på effekt
Projektets 1. effekt	Antal deltagere (internationale velkvalificerede kandidater) der bliver ansat i fuldtidsjob i Region Midtjylland
Projektets 2. effekt	Antal deltagere (herboende internationale studerende) der bliver ansat i fuldtids/studie/praktik job i Region Midtjylland
Projektets 3. effekt	-

6. Hovedaktiviteter, output og effekter (i projektperioden)

Hovedaktiviteter				
Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Jan.. 2019 - Aug.. 2019	Sep.. 2019 - Feb.. 2020	Mar.. 2020 - Aug.. 2020	Sum
Projektets 1. aktivitet	5	0	0	5
Projektets 2. aktivitet	1	2	0	3
Projektets 3. aktivitet	0	3	3	6
Projektets 4. aktivitet	10	43	33	86
Projektets 5. aktivitet	9	14	11	34
Projektets 6. aktivitet	2	5	5	12
Projektets 7. aktivitet	12	25	25	62
Projektets 8. aktivitet	0	0	0	0
Noter: - Projektets 1. aktivitet <i>Aktiviteten måles ved, at der udarbejdes 5 analyser: 1 på hver af disse områder: analyse af virksomhedslandskabet, behovsafdækning hos virksomheder, kortlægning af kompetenceområder og geografier, kortlægning af andre initiativer og undersøgelse af global best practice. Det dokumenteres via de halvårige projektredegørelser.</i> - Projektets 2. aktivitet <i>Det dokumenteres ved en fungerende hjemmeside, CV bank og analysemodul.</i> - Projektets 3. aktivitet <i>Måles og dokumenteres ved optælling af antal netværk, der er etableret samt i de halvårige projektredegørelser.</i> - Projektets 4. aktivitet <i>Antal branding aktiviteter rettet mod velkvalificeret arbejdskraft. Der benyttes her en vægtet score ud fra følgende: generelle kampagner = 10, kompetencekampagner = 10, employee advocacy opgaver lagt ud = 1, content pieces = 1, PR omtale i internationale medier = 2, afholdelse af events = 2 Operatøren sikrer registrering.</i> - Projektets 5. aktivitet <i>Antal formidlings- og kommunikationsaktiviteter om talenttiltrækning. Der benyttes her en vægtet score ud fra følgende: kommunikation i nyhedsbrev (egne eller andres) = 1, omtale i medier/TV/radio (nationale eller internationale) = 3, casebeskrivelser = 2, kommunikation på socialt medie = 1, deltagelse i netværksarrangement/konference/seminar om talenttiltrækning = 2. Operatøren sikrer registrering og der dokumenteres i de halvårige projektredegørelser.</i> - Projektets 6. aktivitet <i>Dokumenteres ved notat om kortlægning af eksisterende aktiviteter, samt branding-aktiviteter med afsæt i eksisterende projekter.</i> - Projektets 7. aktivitet <i>Dokumenteres ved kalenderindkaldelser, dagsordener og deltagere. Operatøren sørger for registrering.</i>				
Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2020 - Feb.. 2021	Mar.. 2021 - Aug.. 2021	Sum
Projektets 1. aktivitet	5	0	0	5
Projektets 2. aktivitet	3	0	0	3
Projektets 3. aktivitet	6	2	0	8
Projektets 4. aktivitet	86	45	35	166
Projektets 5. aktivitet	34	14	11	59
Projektets 6. aktivitet	12	5	5	22
Projektets 7. aktivitet	62	25	23	110
Projektets 8. aktivitet	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 3. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 4. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 5. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 6. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 7. aktivitet *Se tidligere note*

Projektets hovedaktiviteter (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2021 - Dec.. 2021	Sum
Projektets 1. aktivitet	5	0	5
Projektets 2. aktivitet	3	0	3
Projektets 3. aktivitet	8	0	8
Projektets 4. aktivitet	166	45	211
Projektets 5. aktivitet	59	14	73
Projektets 6. aktivitet	22	5	27
Projektets 7. aktivitet	110	21	131
Projektets 8. aktivitet	0	0	0

Noter:

- Projektets 4. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 5. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 6. aktivitet *Se tidligere note*
- Projektets 7. aktivitet *Se tidligere note*

Output

7-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Jan.. 2019 - Aug.. 2019	Sep.. 2019 - Feb.. 2020	Mar.. 2020 - Aug.. 2020	Sum
4B.1 Antal deltagere	0	0	0	0

Noter:

- 4B.1 Antal deltagere *Ikke relevant for projektet*

7-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2020 - Feb.. 2021	Mar.. 2021 - Aug.. 2021	Sum
4B.1 Antal deltagere	0	0	0	0

Noter:

7-Programfastsatte output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2021 - Dec.. 2021	Sum
4B.1 Antal deltagere	0	0	0

Noter:

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Jan.. 2019 - Aug.. 2019	Sep.. 2019 - Feb.. 2020	Mar.. 2020 - Aug.. 2020	Sum
Projektets 1. output	10	20	20	50
Projektets 2. output	0	110.000	85.000	195.000
Projektets 3. output	0	1.200	700	1.900

Noter:

- Projektets 1. output *Opgøres ved udgangen af periode vha. optælling af antal virksomheder på karriereportalen*
- Projektets 2. output *Måles vha. sporing af den digitale trafik via Google Analytics*
- Projektets 3. output *Optælling af antal kandidater i databasen og modtagne e-mail adresser fra kandidater*

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2020 - Feb.. 2021	Mar.. 2021 - Aug.. 2021	Sum
Projektets 1. output	50	30	10	90
Projektets 2. output	195.000	110.000	110.000	415.000
Projektets 3. output	1.900	1.200	1.200	4.300

Noter:

- Projektets 1. output *Se tidligere note*
- Projektets 2. output *Se tidligere note*
- Projektets 3. output *Se tidligere note*

Projektspecifikke output (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2021 - Dec.. 2021	Sum
Projektets 1. output	90	10	100
Projektets 2. output	415.000	85.000	500.000
Projektets 3. output	4.300	700	5.000

Noter:

- Projektets 1. output *Se tidligere note*
- Projektets 2. output *Se tidligere note*
- Projektets 3. output *Se tidligere note*

Resultater (effekter)

16-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Jan.. 2019 - Aug.. 2019	Sep.. 2019 - Feb.. 2020	Mar.. 2020 - Aug.. 2020	Sum
4B.2 Antal deltagere, der er i gang med en uddannelse eller erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0
4B.3 Antal deltagere der har fuldført erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0

4B.4 Antal deltagere der har fuldført videregående uddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0
---	---	---	---	---

Noter:

16-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2020 - Feb.. 2021	Mar.. 2021 - Aug.. 2021	Sum
4B.2 Antal deltagere, der er i gang med en uddannelse eller erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0
4B.3 Antal deltagere der har fuldført erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0
4B.4 Antal deltagere der har fuldført videregående uddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0	0

Noter:

16-Programfastsatte resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2021 - Dec.. 2021	Sum
4B.2 Antal deltagere, der er i gang med en uddannelse eller erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0
4B.3 Antal deltagere der har fuldført erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0
4B.4 Antal deltagere der har fuldført videregående uddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0

Noter:

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Jan.. 2019 - Aug.. 2019	Sep.. 2019 - Feb.. 2020	Mar.. 2020 - Aug.. 2020	Sum
Projektets 1. effekt	0	10	40	50
Projektets 2. effekt	0	5	15	20
Projektets 3. effekt	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt

Dialog og løbende opfølgning med kontaktperson i virksomhederne samt udsendelse af evalueringsskema til deltagende virksomheder samt registreringer på jobskift via Talent database

- Projektets 2. effekt

Dialog og løbende opfølgning med kontaktperson i virksomhederne samt udsendelse af evalueringsskema til deltagende virksomheder og internationale studerende samt registreringer på jobskift via Talent database

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2020 - Feb.. 2021	Mar.. 2021 - Aug.. 2021	Sum
Projektets 1. effekt	50	50	50	150
Projektets 2. effekt	20	15	15	50
Projektets 3. effekt	0	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt *Se tidligere note*
- Projektets 2. effekt *Se tidligere note*

Projektspecifikke resultater (effekter) (periodeopdelt fremdrift)	Overført	Sep.. 2021 - Dec.. 2021	Sum
Projektets 1. effekt	150	10	160
Projektets 2. effekt	50	10	60
Projektets 3. effekt	0	0	0

Noter:

- Projektets 1. effekt *Se tidligere note*
- Projektets 2. effekt *Se tidligere note*

7. Effekter (efter projektperioden)

Resultater (effekter)

Programfastsatte resultater (effekter) (efter projektperioden)	Overført måltal	Efter projektslut	Sum
4B.2 Antal deltagere, der er i gang med en uddannelse eller erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0
4B.3 Antal deltagere der har fuldført erhvervsuddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0
4B.4 Antal deltagere der har fuldført videregående uddannelse umiddelbart efter deltagelsen	0	0	0

Noter:

Projektspecifikke resultater (effekter) (efter projektperioden)	Overført måltal	Efter projektslut	Sum
Projektets 1. effekt	160	-	160
Projektets 2. effekt	60	-	60
Projektets 3. effekt	0	-	0

Noter:

8. Uddybende projektbeskrivelse

A. Uddybende beskrivelse af projektets hovedaktiviteter (se hjælpetekst):

Baggrund for projektet

Der er knap 70.000 virksomheder i Midtjylland med ca. 670.000 fuldtidsansatte. Antallet af fuldtidsansatte er steget med knap 20.000 personer siden 2010 og omsætningen i regionens virksomheder er steget med mere end 37% i samme periode (Danmarks Statistik). Ledigheden i regionen er meget lav og ligger på 3,1%, i nogle kommuner er den endda helt nede på 2%. Bruttoledigheden på landsplan ligger på 3,9% (Danmarks Statistik).

53 % af de midtjyske virksomheder angiver, at adgangen til de rette kompetencer er helt afgørende for virksomhedens vækst og udvikling. En stigende andel af virksomheder siger samtidig, at de har vanskeligt ved at tiltrække de rette kompetencer. I Midt- og Vestjylland melder omkring 40% af virksomhederne, at de har oplevet at rekruttere forgæves efter højtuddannede, mens knap 60% har oplevet at rekruttere forgæves efter faglærte (Dansk Industri, 2017). Områdets virksomheder mangler og kommer altså i stigende grad til at mangle arbejdskraft. De får i derfor behov for at kunne tiltrække, de for erhvervslivet afgørende kompetencegrupper. Samtidig er ledigheden i området meget lav og andelen af folk i den erhvervsaktive alder (16-64 årige) falder (Danmarks Statistik). Tiltrækning af talent kan være en del af løsningen i at sikre den fortsatte vækst og udvikling i området, ved at virksomhederne har adgang til den nødvendige arbejdskraft.

Der ses en stigende vækst og beskæftigelse og dermed en stigende efterspørgsel på arbejdskraft i de østeuropæiske lande, i de nordiske lande og især i Tyskland. Flere af disse lande melder også om produktionsbegrænsninger pga. manglende arbejdskraft (Økonomi og Indenrigsministeriet, 2018). Mange vil vælge at tage beskæftigelse i deres hjemland, tæt på familie, hvis det er muligt. Samtidig ses en udvikling i demografien i Europa, der betyder, at antallet af personer i den erhvervsaktive alder falder, mens gruppen af ældre stiger. Polen, Tyskland, Rumænien, Sverige og Litauen er nogle af de lande, der vil opleve store fald i den erhvervsaktive gruppe. Dette er også lande, Danmark historisk har hentet meget arbejdskraft fra (Økonomi og Indenrigsministeriet, 2018). Samme udvikling ses i Danmark og særligt i de midt- og vestjyske kommuner (Danmarks Statistik).

Disse omstændigheder skærper konkurrencen om arbejdskraft i Europa, og det kan blive sværere for Danmark at tiltrække nok kvalificeret arbejdskraft. Herudover ligger Danmark kun på en 18. plads blandt OECD landene, når det gælder om at have et attraktivt arbejdsklima for højtuddannede fra udlandet (Danske Regioner, 2016). Derfor er en aktiv indsats for fortsat at tiltrække og fastholde international arbejdskraft nødvendig.

Eksisterende initiativer

Lokalt i kommunerne i Midtjylland, er der mange initiativer rettet mod modtagelse og fastholdelse af arbejdskraft, dog er der ikke en struktureret indsats rettet mod tiltrækning.

Nogle initiativer drives af frivillige kræfter, mens andre er forankret i kommunen, nogle er på tværs af flere kommuner, mens andre er lokale. Mange kommuner har bosætningskonsulenter eller new comers guides ansat, og mange har tiltræknings- og bosætningsstrategier. Den del af modtagelsen, der handler om papirarbejde og kontakt til de danske myndigheder, er organiseret i International Citizen Service under Work in Denmark. Hele Midtjylland dækkes af deres kontor i Aarhus.

Indledning

Projektet udvikles og planlægges i forlængelse af og i samarbejde med allerede eksisterende initiativer på området. På den måde opnås bedst mulig synergi og værdiskabelse.

For at sikre at vi i Midtjylland fortsat kan tiltrække og fastholde velkvalificeret arbejdskraft er det vigtigt, at vi har en fælles tværkommunal strategisk indsats. Herigennem øger vi synligheden af vores virksomheder og ikke mindst potentielle karriereveje og økosystemer af virksomheder, så mulige kandidater finder en destination med mange jobmuligheder. Vi skal også øge synligheden af området som et attraktivt sted at bo med mange muligheder både på og udenfor arbejdspladsen.

Der er behov for at nytænke formater og kanaler, så de tilpasses et moderne globaliseret mediebillede, hvor det er økonomisk uoverkommeligt for den enkelte virksomhed alene at nå relevante målgrupper gennem annoncering. Gennem dette projekt ønsker vi at samle områdets virksomheder i en fælles indsats, hvor vi afsøger mulighederne for at nå specifikke målgrupper gennem en kombination af PR, branding og peer to peer kommunikation. Ved at aktivere ambassadører i kommunikationsindsatsen forventer vi i højere grad at nå relevante målgrupper med relevante budskaber på en motiverende måde.

For overblik over projekters aktiviteter, se bilag 1: Model for projektet "Talenttiltrækning".

Aktivitet 1: Kortlægning

Hvis projektets initiativer og indsatser skal være i stand til at fortsætte efter projektperiodens udløb, er det essentielt at få opbygget en solid kompetence og et grundlag for løbende behovsafdækning. På den måde forbliver indsatsen aktuel, værdiskabende og additionel på den lange bane, og fordelene vil også kunne høstes efter 2021. Alle nedenstående indsatser vil bidrage til, at denne del af projektet kan gå i drift og forankres andetsteds efter projektets udløb.

1.1 Analyse af virksomhedslandskabet i Midtjylland

Første del i analysefasen er at få et grundigt overblik over virksomhedslandskabet i Midtjylland. Herunder størrelse og fordeling af økonomiske sektorer og industrier, hvilke værdikæder der er, hvilke styrkepositioner Midtjylland har osv. Dette gøres gennem desk research og i samarbejde med de aktører, der allerede beskæftiger sig med sådanne analyser.

En del af arbejdet er allerede pågået, men en kontinuerlig og grundig analyse er nødvendig. Dette arbejde kunne eksempelvis gennemføres i tæt samarbejde med lokale erhvervsråd, virksomhedsnetværk, relevante brancheorganisationer, Region Midtjylland osv.

1.2 Behovsafdækning af, hvilke kompetencer virksomhederne efterspørger

Virksomhedslandskabet er forskelligt i Øst- og Vestjylland, og derfor vil det også være forskelligt, hvilke behov der er. For at indsatserne og aktiviteterne i projektet bedst muligt tager udgangspunkt i virksomhedernes behov, er det nødvendigt med en grundig behovsafdækning af, hvilke kompetencer virksomhederne har og får behov for i fremtiden.

Den indledende behovsafdækning vil ske gennem desk research og gennem en kvalitativ undersøgelse. Der findes allerede mange forskellige rapporter og statistikker, og der findes en række aktører, der bl.a. beskæftiger sig kvantitativt med området. Projektet vil trække på og samarbejde med alle disse kræfter i behovsafdækningen. Eksempler er Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), relevante brancheorganisationer og Region Midtjylland. Der er allerede en konstruktiv dialog i gang med STAR omkring projektet generelt og denne del specifikt. Desuden samarbejdes der med Central Denmark EU Office (CDEU) om at perspektivere de lokale udfordringer til forhold, der vedrører arbejdskraftens bevægelighed i Europa.

Den anden del af behovsafdækningen vil ske gennem en kvalitativ undersøgelse. Til dette formål vil der blive etableret en referencegruppe, bestående af virksomheder, der har en interesse i og behov for velkvalificeret arbejdskraft. Gruppen vil bestå af både store og små virksomheder og der vil være repræsentanter fra forskellige industrier og geografier. Det skal være muligt for virksomhederne at melde sig ind og ud af gruppen, baseret på deres skiftende behov og interesser ligesom det skal være muligt for alle interesserede virksomheder at deltage.

Der er ligeledes behov for en løbende monitorering af virksomhedernes behov gennem hele projektperioden. Dette er nødvendigt for at kunne tilpasse og målrette kampagner og indsatser, så de hele tiden er med til at løse en aktuel efterspørgsel blandt virksomhederne. Referencegruppen er et vigtigt redskab her og vil sørge for en kontinuerlig dialog og samskabelse med virksomhederne. Et andet greb er samarbejde med de lokale erhvervsråd. Disse har et indgående kendskab til og løbende dialog med virksomheder i deres område og er ligeledes en vigtig kilde til viden. Løbende opdatering fra kvantitative undersøgelser vil også være en del af den løbende monitorering.

1.3 Kortlægning af kommunale, frivillige og private indsatser i Midtjylland

En del af opgaven i projektet er at samle op på og koordinere med eksisterende initiativer. For at lykkes med dette, er det vigtigt, at der opnås et kendskab til alle disse initiativer samt opbygges en relation til initiativtagerne. Derfor er en kortlægning af de kommunale, frivillige og private indsatser i regionen nødvendig. Dette vil ske dels gennem desk research, dels gennem samarbejde med kommunerne og dels gennem dialoger med andre relevante parter.

En del af dette arbejde er allerede lavet, og der er allerede gode relationer med flere aktører, bl.a. International Community, Work in Denmark osv.

1.4 Undersøgelse af global best practice

For at kunne levere de bedste og mest effektive løsninger indenfor talenttiltrækning giver det god mening at videndele med andre, der arbejder indenfor samme område. På den måde kan vi alle gøre hinanden bedre samt få mest muligt ud af de ressourcer, der bruges på området. Det gælder både nationale og internationale aktører. Derfor er det vigtigt med en grundig undersøgelse og kortlægning af andre aktører og deres initiativer og tilgange. Dette vil ske gennem desk research, men også ved netværksdeltagelse, både nationalt og internationalt.

Der eksisterer allerede internationale faglige fællesskaber inden for tiltrækning af talent gennem eksempelvis EURO CITIES og Nordisk Ministerråd i operatørkredsen. Disse samarbejder udbygges gennem nærværende projekt. Desuden søges samarbejde med nye aktører i EU via CDEU og et styrket nationalt samarbejde på området gennem et fremtidigt nationalt konsortium for tiltrækning af talent initieret af Copenhagen Capacity.

1.5 Kortlægning af kompetenceområder og interessante geografier

For bedst muligt at kunne rette indsatserne i projektet mod relevante kandidater, er det afgørende med viden om, hvor disse befinder sig. Derfor er det vigtigt at kortlægge, hvor der er en koncentration af de efterspurgte kompetencer, enten geografisk eller klyngemæssigt som potentielt er mobile. Dette gøres med udgangspunkt i virksomhedernes identificerede behov. Metoden vil være desk research, netværksdeltagelse og facilitering og videndeling.

Et vigtigt element og værktøj i denne forbindelse er den data, der bliver tilgængelig gennem IT platformen (se aktivitet 2). Her bliver det bl.a. muligt for projektet at få data på, hvem der opretter sig i CV banken, hvilke virksomheder der opslår stillinger, hvilke stillinger der slås op, hvilke geografier trafikken til siden kommer fra osv. Det bliver altså muligt at få viden om, hvilke kompetencer interesserede kandidater har, og hvor de er fra. Dette bliver en vigtig kilde til viden og vil muliggøre en endnu bedre målretning af indsatser og kampagner.

1.6 Udarbejdelse af handleplan

Som opsamling og konklusion på det ovenstående kortlægnings- og analysearbejde, udarbejdes en handlingsplan, der skal ligge til grund for det fortsatte arbejde i projektet. Denne tilpasses løbende i projektperioden efterhånden som viden, erfaring og kompetence opbygges.

Aktivitet 2: Etablering af IT-plattform – Karriereportal og kandidathåndtering

For at understøtte indsatsen omkring at øge kendskabet til Midtjylland som en attraktiv karrieredestination og sikre virksomhedernes adgang til deres efterspurgte kompetencer, er der behov for at skabe en samlande IT-plattform, der i mange år fremover kan fungere som Midtjyllands vindue til internationale kandidater. Gennem opbygning af en IT-plattform med en regional karriereportal med åbne jobs hos virksomheder i Midtjylland vil regionen blive synliggjort og brandet via digitale kanaler overfor velkvalificerede medarbejdere i udlandet. Formålet er at skabe opmærksomhed og interesse for at søge et job i Midtjylland. Karriereportalen vil blive suppleret med et kandidathåndteringssystem (CV-database), så der kan fastholdes en dialog med interesserede internationale kandidater. Den digitale indsats kan med fordel blive fulgt op af fysisk tilstedeværelse på relevante karriereevents i indland og udland (se yderligere under Aktivitet 4).

Slutbrugerne af karriereportalen er virksomheder i Midtjylland, som har et rekrutteringsbehov, der kan dækkes af en international kandidat. Målgruppen for tiltrækningskampagner til karriereportalen og fysiske karrierearrangementer er erfarne internationale specialister i udvalgte fag med min. 3-5 års joberfaring.

Bilag 2: delelementer i karriereportalen

2.1 Joboversigt

Karriereportalen skal fungere som et samlingssted for åbne stillingsopslag, der er relevante for en international målgruppe. De åbne stillingsopslag fra de deltagende virksomheder crawles automatisk direkte fra de deltagende virksomheders egne karrieresider og ind på karriereportalen. Alle jobbene er via en backend keyword-funktion screenet ud fra, at de skal kunne besættes af internationale kandidater, dvs. stillingsopslagene er opslået på engelsk, og der stilles ikke krav om dansk kundskaber. Et job crawles ind med logo, jobtitel, de første 250 anslag af selve jobopslaget, publiceringsdato, samt deadline for ansøgning (hvis det er oplyst), og fungerer som et direkte link til virksomhedens eget jobunivers. Kandidaten, der klikker på et job, ledes således automatisk direkte til virksomhedernes egen hjemmeside, hvor de kan søge jobbet direkte gennem virksomhedernes egne ATS (Applicant Tracking Systems). På karriereportalen skal der implementeres en stærk søgefunktion, således der kan søges på specifikke keywords, jobtitler og virksomheder. Der skal samtidig sikres en effektiv filtreringsfunktion/menu, således at jobs kan fremsøges gennem jobområder, jobtitler og jobtyper (Full-time, student jobs, internship, mv).

Tilsvarende vil det blive efterstræbt at skabe en integration til andre relevante jobportaler (fx Work in Denmark) med henblik på at gøre det mest muligt attraktivt og let at finde vej til relevante jobs i Midtjylland for internationale kandidater.

2.2 Virksomhedssider

Virksomhederne vil få deres egen virksomhedsside, som kan udfyldes med relevant virksomhedsinformation målrettet til kandidater. Det vil fx omhandle logo, tekst, billeder og video (embedded fra Youtube/vimeo). Det anbefales, at virksomheden kommunikerer om følgende punkter: "Who are we/About" (med en kandidatvinkel og ikke en salgsvinkel), "Why

work here”, samt ”Benefits” (som ofte er noget som en dansk virksomhed/kandidat tager for givet, men som kan være yderst attraktivt for en international kandidat). Virksomhedens åbne stillinger vil her være tilknyttet virksomhedssiden, således at det altid hurtigt og transparent er muligt for en given kandidat at se, hvilke stillinger denne virksomhed har åbne, hvad enten de kigger på forsiden gennem søgefunktion eller direkte på virksomhedssiden. Der overvejes en løsning, hvor virksomheder også selv kan tilgå CMS og rette i informationer, men samtidig tillader, at programledelsen kan tilgå virksomhedssiden, som en del af en service til de deltagende virksomheder, som ønsker dette.

2.3 Kandidathåndtering – CV-database

CV-databasen er et vigtigt element i forhold til den service, projektet ønsker at yde til både kandidater og virksomheder. Det giver projektet mulighed for at påvirke disse kandidater fra interesse til ansøgning gennem et strategisk målrettet, kontinuerligt og velfunderet kommunikationsflow til kandidaterne i CV-databasen. Det skaber ligeledes en pipeline af kandidater, som både er motiverede og mobile i forhold til at søge et job hos en virksomhed i Midtjylland, hvilket gør denne målgruppe særdeles relevant for regionens virksomheder. Erfaring fra Greater Copenhagen Career portal viser, at kandidater, som findes i den tilknyttede CV-database og som kontinuerligt bliver eksponeret for information om job og livsstil, har en langt højere konverteringsgrad fra interesse til ansøgning hos virksomhederne på karriereportalen. Alene i første halvår af 2018 angav 18 kandidater fra CV- databasen, at de i dag har fået job i Danmark.

Databasen giver samtidig projektet en vigtig søgefunktion i forhold til match-making, så virksomheder med konkrete stillinger kan matches med kandidater i CV-databasen gennem en tag-manager funktion, og derved skabe en direkte forbindelse mellem kandidat og virksomhed. Dette vil ligeledes kunne automatiseres gennem en yderligere AI funktionalitet eller gennem en avanceret jobagent funktion. Vigtigst er, at sign-up funktionen til CV-databasen bliver let og ubesværet for kandidaten. (For yderligere om indhold i og funktioner på karriereportalen, se aktivitet 4).

Aktivitet 3: Etablering af netværk

Der foreslås igangsat en branding- og markedsføringsindsats med fokus på Midtjylland som et attraktivt job- og karriereområde. Indsatsen tager afsæt i positive historier om erhvervslivet og det gode liv i Midtjylland, som kommunikeres direkte til målgruppen, samtidig med, at aktuelle åbne stillinger fra karriereportalen (beskrevet i aktivitet 2) præsenteres for relevante kandidater. Fortællingerne skal primært formidles af herboende internationale medarbejdere, som således fungerer som ambassadører for byerne, området og for virksomhederne, og kan skabe den troværdighed og gennemslagskraft, der er nødvendig for, at en potentiel kandidat overvejer at flytte hertil.

For at understøtte denne aktivitet etableres fire netværk i henholdsvis Øst- og Vestjylland:

- Virksomhedsnetværk
- Redaktionsgruppe
- Ambassadørnetværk
- Danskere i udlandet

3.1 Virksomhedsnetværk

Der etableres en følgegruppe af virksomheder, som leverer input til brandingindsatsen for at sikre, at aktiviteterne er i overensstemmelse med virksomhedernes behov. Dette netværk udvikles med afsæt i referencegruppen beskrevet i 1.2.

Netværket mødes fire gange årligt og ad hoc efter behov. Netværket sikrer det strategiske sigte for redaktionsgruppens arbejde. Desuden vil det være muligt at bruge dette netværk til at sikre udbredelse af kendskab til områdets tilbud indenfor modtagelse og fastholdelse.

Dette netværk kan ligeledes understøtte udbredelsen af kendskabet til mulighederne for at ansætte internationale studerende i studiejob og generel videnudveksling omkring modtagelse af internationale medarbejdere i den enkelte virksomhed.

3.2 Redaktionsgruppe

Der etableres en redaktionsgruppe, som understøtter ambassadørens aktiviteter.

Redaktionsgruppen drives af program- og projektledelsen (beskrevet i aktivitet 7) og har deltagelse af HR- og kommunikationsmedarbejdere fra lokale virksomheder samt relevante kommunale og regionale kommunikationsmedarbejdere.

Redaktionsgruppen skal sikre at projektet forankres strategisk i de lokale virksomheder.

Redaktionsgruppen skal formidle adgang til medarbejdere, understøtte at projektet arbejder med dagsordner, der er relevante for virksomhederne, og beriger de aktiviteter, virksomhederne selv initierer. Redaktionsgruppen mødes efter behov, dog minimum fire gange om året. Gruppen kan nedsætte mindre arbejdsgrupper med ad hoc lignende karakter, hvor det giver mening for opgaveløsningen.

Netværket bidrager samtidig til at sikre gensidig erfaringsudveksling, opkvalificering og udbredelse af best practice til områdets virksomheder ift. rekruttering af internationale medarbejdere.

Redaktionsgruppens opgave er at:

- Etablere en fælles fortælling om det midtjyske arbejdsmarked
- At indsamle, redigere og bearbejde historier: events i Midtjylland, tydeliggøre kompetencer gennem interviews med eksperter, work-life balance, business-miljøer, bredden i klyngen, start-up scenen og stillingsopslag
- At kommunikere til medfølgende partnere om muligheder i området både socialt, uddannelsesmæssigt og fagligt
- At identificere eksisterende kulturinstitutioner og events som anledning til at ambassadørerne kan vise Midtjyllands kvaliteter
- Bistå ambassadørerne med at udarbejde relevant materiale.

3.3 Ambassadørnetværk

Ambassadører giver international gennemslagskraft gennem kendte teknikker fra employee advocacy. Til forskel fra traditionel employee advocacy etableres ambassadørnetværket her ikke inden for den enkelte virksomhed, men på tværs af de midtjyske virksomheder som har internationale medarbejdere. Målet er at opnå størst mulig gennemslagskraft i relevante markeder. Det sker ved, at aktivere alle de herboende medarbejdere fra en kompetencegeografi til at hjælpe med at formidle budskaber om Midtjylland. Der sættes i kommunikationen fokus på regionen som attraktiv karrieredestination, vise det brede udvalg af virksomheder, karriereveje og ledige stillinger og konkret ved at drive trafik til karriereportalen (beskrevet i afsnit 2).

Programledelsen (beskrevet i afsnit 7.1) gennemføres løbende introduktionsforløb for ambassadørerne, desuden er programledelsen særligt opmærksom på at invitere ambassadørerne til relevante events og aktiviteter som finder sted i området. Aktiviteter giver anledning til at fortælle om livet i Midtjylland og om de faglige klynger.

Destination Aarhus, Aarhus kommune og Copenhagen Capacity driver sammen med en række andre Nordiske byer ambassadørkorpsen ”Nordic Tech Talent Ambassadors” i regi af projektet JoinTheNordics støttet af Nordisk Minister Råd. Ligeledes har Aarhus Universitet sammen med Copenhagen Capacity i en årrække været en del af Youth Goodwill Ambassador Programmet. Erfaringerne fra begge ambassadørkorps vil blive anvendt i nærværende projekt.

3.4 Ambassadørnetværk danskere i udlandet

Der etableres et ambassadørnetværk med danskere, der arbejder i udlandet og derigennem har opbygget et internationalt netværk. Netværket etableres ud fra samme tankegang som det lokale ambassadørnetværk. Det primære fokus skal være spredning af budskaber fra de to ambassadørnetværk i området, samt deling af ledige stillinger, artikler og andre indholdselementer, der direkte profilerer Midtjylland som attraktiv karrieredestination.

Dette netværk vil primært have digital karakter og vi forventer ikke, at det i samme grad vil være muligt at samle ambassadørerne.

Aktivitet 4: Branding af Midtjylland som karrieredestination

Branding af Midtjylland som en attraktiv karrieredestination overfor internationale velkvalificerede kandidater har fem delelementer:

- 4.1 Skabelse og udbredelse af fortællingen om Midtjylland
- 4.2 Gennemførelse af digitale tiltrækningskampagner
- 4.3 Peer to peer markedsføring gennem ambassadører
- 4.4 PR i udvalgte markeder til at understøtte andre aktiviteter
- 4.5 Integration af regionale digitale tiltrækningsforløb ind i de målrettede Nationale indsatser.

4.1 Skabelse og udbredelse af fortællingen om Midtjylland

Når virksomheder skal rekruttere og tiltrække internationale medarbejdere, er de typisk gode til at sælge egen virksomhed. Den internationale kandidat og dennes familie skal dog ikke kun vælge jobbet, men også Danmark og helt konkret Midtjylland som deres næste sted at bo og leve. Analyser viser, at interessen ofte skabes gennem følelser, mens den rationelle beslutning om at flytte for et job tages, hvis den rigtige følelse er skabt, og det rigtige jobtilbud således matcher kandidatens ønsker.

En samlet fortælling om Danmark og Midtjylland, som et attraktivt sted at bo og leve i er derfor essentiel for at skabe den indledende emotionelle interesse hos en kandidat, hvorefter jobbet bliver den vigtige og afgørende rationelle faktor for at flytte til regionen. Karriereportalen skal derfor bidrage til, at virksomheder i Midtjylland gennem portalen fortæller den samme stærke historie om regionen. Gennem en afdækning af regionens 'værditilbud' er det vigtigt, at fortællingen fremstår troværdig og interessant på tværs af virksomheder, og at den målrettede eftertragtede kandidater, som ikke kender Midtjylland, og aldrig tidligere har overvejet Danmark som næste karrieredestination.

Karriereportalen bør således indeholde en troværdig fortælling om, hvad både byer i regionen, området og industriklynger kan tilbyde en international kandidat indenfor karrieremuligheder, familieintegration med international skole, spouse-programmer, uddannelse, kultur mv.

Call to Action (CTA) elementer på karriereportalen

Målet for karrieresiden er at skabe synlighed og derved generere mere relevant trafik til virksomhedernes job og i sidste ende ansøge dygtige kandidater til at søge et givent job hos en given virksomhed. Erfaring viser dog, at der er flere elementer, som skal falde på plads, før en kandidat rent faktisk søger et job, som er placeret i et nyt land. Projektet har således ikke mulighed for at påvirke den endelige beslutningsproces for en kandidat, idet mange faktorer spiller ind ved en endelig kontraktindgåelse, f.eks. kemi med rekrutteringskonsulent, lønforhandling, re-allokeringspakker mv. Derfor understøttes karriereportalen af adskillige vigtige og målbare Call-to-Action elementer for at understøtte konverteringen fra interesse til ansøgning, som i sidste ende er forudsætning for en jobskabelse hos virksomheden og i projektet:

- Sign-up funktion til flere karrierenyheder, som indsamler navn, e-mail og fokusområde (drop down menu med arbejdsområde (IT, Engineering, Business mv)). Denne funktion kan enten gøres fuldautomatisk (gennem avanceret re-targeting) eller være en simpel filtreringsløsning. Denne funktion bør tilknyttes et marketing automation software system (fx, Hubspot), som kan samle og måle data, samt er GDPR optimeret.
 - Sign-up funktion til CV-database, hvor en kandidat let og ubesværet kan uploade CV enten gennem direkte integration med LinkedIn (anbefales til de mere passive kandidater) og/eller gennem upload af CV dokument ind i system (se afsnit om CV-database).
 - (Mild) konvertering genereret ved at klikke direkte på virksomhedernes stillingsopslag
- For at understøtte ovenstående CTA-elementer er det vigtigt, at der fra projektets begyndelse udvikles et konkret kommunikations-flow for de kandidater, som foretager sig ovenstående.

Tæt samarbejde med regionens virksomheder

Forudsætningen bag karriereportalen er et stærkt og tæt samarbejde med regionens virksomheder, som har et rekrutteringsbehov og ønsker at eksponere deres åbne stillinger på karriereportalen. Målsætningen for dette projekt er 100 virksomheder over 3 år, men løbende skal flere af regionens virksomheder kobles på karriereportalen. Dette arbejde tager udgangspunkt i virksomhedsnetværket beskrevet i afsnit 3.1. Servicen kan være gratis for virksomhederne i opstartsfasen og kan bygges op med en mindre honorarstruktur senere, som kan bidrage til selve brandingindsatsen. Med hjælp af digitale målrettede tiltrækningsforløb, kan der skabes en øget international eksponering af virksomhedernes åbne job og derved generere en stigende trafik af kvalificerede og erfarne kandidater til virksomhedernes åbne stillinger på karriereportalen.

Konkret vil det ske ved at sprede budskabet om Midtjylland som karrieredestination på relevante digitale platforme, sociale medier og professionelle mødesteder online, og gennem ambassadørnetværkene (se aktivitet 4).

Events

I forlængelse af de digitale tiltrækningsindsatser ønsker projektet at gennemfører eller deltage i relevante fysiske tiltrækningsarrangementer, både nationalt og internationalt. Målet er at opnå yderligere eksponering som attraktiv karrieredestination for at komme i direkte dialog med relevante kandidater. Dette vil ske i samarbejde med relevant klynger, Work in Denmark og andre relevante partnere.

Der arbejdes allerede på, at deltage i Europas største jobmesse i 2019 i en stor dansk fællesstand sammen med andre aktører fra Danmark. Messen bliver besøgt af omkring 11.000 hollandske højtuddannede borgere, der ønsker en karriere i udlandet. I 2019 er temaet "Skandinavien" så det er en unik mulighed for at brande Midtjylland som en attraktiv karrieredestination overfor allerede motiverede kandidater.

4.2 Gennemførelse af digitale tiltrækningsforløb

De digitale tiltrækningsforløb vil øge den internationale synlighed og viden om Midtjyllands erhvervsmæssige styrkepositioner og attraktivitet som karrieredestination samt konkret tiltrække internationale medarbejdere direkte til de åbne stillinger i Midtjylland. Der vil i projektet være behov for, i samarbejde med regionens kommuner m.fl. at udvikle særligt materiale med stedbaseret fokus på Midtjyllands styrker og muligheder.

Projektet giver virksomheder i specifikke brancher i Midtjylland (baseret på behovsanalyser i aktivitet 1) mulighed for at deltage i tiltrækningsforløbene.

Konkret vil de internationale medarbejdere motiveres til at søge til Midtjylland gennem følgende aktiviteter:

- På baggrund af workshop om virksomhedernes rekrutteringsbehov og valg af profiler, så anbefales det, at der for hver kampagne dannes en fokusgruppe af internationale profiler bosiddende i regionen til udvikling af indhold til kampagnerne
- Der vil blive bygget videre på analysen i aktivitet 1 om, hvor de internationale velkvalificerede kandidater befinder sig geografisk og hvordan de kan nås via forskellige digitale kanaler. Herudfra tilrettelægges en kanalstrategi for tiltrækning.
- Gennemførelse af målrettede tiltrækningsforløb gennem den nye karriereportal med henblik på at tiltrække relevante ansøgere blandt udenlandske specialister til virksomhedernes åbne jobs og informere om Midtjylland, som en attraktiv talentdestination.
- Digitale tiltrækningskampagner vil således ske gennem en branchespecifik landing page, hvor alle relaterede jobs vil fremgå.
- Kandidaterne søger direkte hos virksomheder gennem karriereportalen
- Derefter er det op til virksomhederne at lave den konkrete ansættelse af kandidater. Virksomhederne rapporterer tilbage til projektpartnerne, hvis/om de ansætter kandidater fra karriereportalen gennem to årlige surveys som evaluering af talentkampagnerne.

Målgrupper for de digitale tiltrækningsforløb

Slutbrugerne af de digitale tiltrækningsforløb er virksomheder i Midtjylland, der ansætter velkvalificeret arbejdskraft (defineret i aktivitet 1). Projektet vil løbende være i dialog både med start-up's, SMV-segmentet, vækstvirksomheder, samt de større virksomheder om deres rekrutteringsbehov. Målgruppen for de digitale kampagner er kandidater indenfor disse udvalgte fagområder baseret på virksomhedsbehov med mindst 3-5 års erfaring.

4.3 Peer to peer markedsføring via ambassadørnetværk

I samarbejde med HR- og kommunikationsmedarbejdere fra de midtjyske virksomheder udvikles en platform for employee advocacy, som går på tværs af områdets virksomheder. Med henblik på at skabe resultater inden for både tiltrækning, kendskab og præference for Midtjylland.

Der er behov for at bistå virksomhedernes rekrutteringsindsats gennem en netværksskabende kommunikationsindsats for effektivt at nå en meget specifik målgruppe – velkvalificeret arbejdskraft, som er spredt over store dele af verden, men som har et fagligt interessefællesskab. Derfor designes projektet med afsæt i kendte værktøjer fra "employee advocacy". Det er ikke længere nok, at indrykke en annonce i et dagblad, hvis man vil være sikker på at nå de mest attraktive kandidater. De færdes på mange forskellige platforme, derfor er det omkostningstungt udelukkende at annoncere sig til kontakt. Dette forstærkes, når vi søger at nå en international målgruppe. Målet med employee advocacy tilgangen er, gennem vedvarende kommunikation at flytte potentielle kandidater til at blive medarbejdere i de midtjyske virksomheder. Det gøres ved at fokusere på hele beslutningsrejsen og påvirke kandidaten løbende med viden om muligheder i Midtjylland.

Ambassadørerne skal kommunikere positive historier om erhvervslivet og det gode liv i Midtjylland direkte til målgruppen, samtidig med at aktuelle åbne stillinger præsenteres for relevante kandidater. Fortællingerne skal i høj grad komme fra internationale medarbejdere, der allerede bor her, som således agerer som ambassadører for byen, for området og for

virksomhederne og kan skabe den troværdighed, der er nødvendig for, at en potentiel kandidat overvejer at flytte hertil.

Dette vil lette rekrutteringsprocessen for de Midtjyske virksomheder, ved:

- At øge kendskab og præference for Midtjylland og det skandinaviske arbejdsmarked samt positionere Midtjylland som en stærk faglig klynge med mange virksomheder og karriereveje samt en stærk koncentration af fagmiljøer med nogle af verdens stærkeste eksperter på udvalgte områder.
- At øge antallet af velkvalificerede ansøgere til de enkelte stillingsopslag gennem koordineret PR- og tiltrækningsaktiviteter.

Gennem en koordineret branding- og markedsføringsindsats baseret på internationale ambassadører vil projektet sikre:

- At stillingsopslag via karriereportalen når bredere ud i relevante niches
- At potentielle kandidater vil modtage kommunikation fra en troværdig afsender, som de kan spejle sig i
- At kommunikationen vil være mere nuanceret og have fokus på emner, som internationale kandidater finder relevante (fordi ambassadørerne, som er afsendere af budskabet, selv er en del af målgruppen)
- At eksisterende materialer og de mangfoldige aktiviteter, som findes i området bringes i spil til målrettet tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft.

Bilag 3: Baggrundsforståelse: medie billede og Employee Advocacy

4.4 PR i udvalgte markeder til at understøtte andre aktiviteter

På baggrund af erfaringer høstet i forbindelse med PR-indsatsen under ECC Aarhus 2017, samarbejder programledelsen med Visit-organisationerne om strategiske PR-indsatser, som understøtter de øvrige brandingindsatser og aktiviteter i de forskellige ambassadørnetværk beskrevet i aktivitet 3 og brandingaktiviteterne beskrevet i aktivitet 4.

Sideløbende med den internationale online markedsføring og deltagelse i messer. Skal der etableres en PR indsats i de områder hvor potentielle arbejdstagere bor. Det sker for, at sikre at potentielle kandidater har hørt om regionen inden vores profilerings aktiviteter i gang sættes. Dvs. at vi på de markeder og i de områder, hvor vi gennemfører digital markedsføring samt deltager i messer, vil lave en aktiv PR-indsats med henblik på at få presse og influencers til at skrive om Midtjylland i en oplevelsesmæssig kontekst. Disse historier er med til at tegne et bredt billede af området.

Indsatsen etableres ved at man identificerer, hvor den potentielle arbejdskraft er bosiddende samt andre oplysninger om arbejdskraften. Herefter bearbejdes de potentielle "medier", som disse orienterer sig med henblik på at fortælle historien om området som turismested (Gastronomi, kultur, natur, oplevelser mv) og hvor det er relevant, også om klynge-specifikke styrker. Denne indsats vil give målgruppen for tiltrækningsaktiviteter kendskab til Midtjylland og Danmark, som vil give større gennemslagskraft til de enkelte aktiviteter.

4.5 Integration af regionale digitale tiltrækningsforløb ind i de målrettede Nationale indsatser

Kendskabsgraden til karrieremuligheder i Danmark og til danske virksomheder er lav blandt verdens bedste kandidater. Dette betyder samtidigt, at kendskabsgraden til karrieremuligheder i de danske regioner er endnu lavere. Ligeledes er det en ekstra stor udfordring for virksomheder, som ikke er kendte internationale brands, at gøre sig attraktive overfor internationale talenter. Derfor er der et stort behov for at kunne udvikle og sammentænke de forskellige regionale og nationale initiativer på området.

For at vise at Danmark er en attraktiv talentdestination, er det vigtigt, at projektet i systemudviklingen af karriereportalen sammentænker koblingen mellem de regionale digitale tiltrækningsforløb, med det kommende nationale talent tiltag 'State of Denmark', som trækker på gode erfaringer og materiale fra andre socialfondsprojekter rundt om i landet. Ved at koble den regionale indsats op på en national indsats, hvor det giver mening, vil det give mulighed for en langt større eksponering, og vil ligeledes kunne genbruge både indhold og kanaler, som er testet med stor succes. Det vil ydermere have positiv indflydelse på omkostningerne ved sådanne tiltrækningsforløb, idet det vil mindske behovet for nyudvikling af indhold samt systemintegration, som ofte skaber barriere, når initiativer kobles sammen.

Derudover vil de regionale virksomheder have fordel af den store talentpool af internationale kandidater, som der i regi af talentindsatser i Greater Copenhagen er blevet opbygget gennem de sidste 3 år. Derigennem vil de få direkte adgang til +6000 relevante kandidater fra start, frem for at vente på at egen CV-database udvikles gennem de første par år.

State of Denmark-indsatsen bygges på en digital platform, der anvender brugerdata til målrettet at ramme potentielle kandidater med relevante budskaber og karrieremuligheder på diverse kanaler – heriblandt sociale medier. Kandidater som bliver eksponeret for kampagnen har mulighed for at søge konkrete åbne jobs, og ved en integration af de regionale karriereplatforme bliver det nu muligt at søge konkrete regionale job. De kandidater, der som følge af kampagnen, søger de åbne jobs i Danmark, bliver pre-screenet ud fra kriterier aftalt med de deltagende virksomheder og kun de mest kvalificerede kandidater bliver sendt videre til virksomhederne. Det betyder, at de deltagende virksomheder spares for et stort sorteringsarbejde og kun behøver at beskæftige sig med de kandidater, som har de rette kvalifikationer.

Aktivitet 5: Kommunikation og formidling

Det er af afgørende betydning for projektets succes, at der opbygges engagement hos alle aktører. Derfor er kommunikation om løbende resultater en integreret del af projektet. Der kommunikeres løbende om ambassadørernes gennemslagskraft.

5.1 Kommunikation til projektets stakeholders

Programledelsen varetager stakeholderkommunikation. Aktiviteten benytter sig både af egne og andres nyhedsbreve til formidling af resultater og mobilisering af interessenter. Desuden

arbejder programledelsen for at opnå pressedækning af aktiviteterne, med henblik på yderligere mobilisering af nye virksomheder og ambassadører til deltagelse i projektet. Operatørens sociale medie-kanaler anvendes ligeledes til at formidle fortællinger om projektets fremgang både i form af pressemeddelelser og case beskrivelser.

Desuden søger programledelsen at deltage i relevante konferencer og netværksaktiviteter inden for tiltrækning af talent. Til dette formål produceres både case beskrivelser og oplæg.

5.2 Markedsføring af indsatsen mod virksomheder

Indsalg af tiltrækningskoncept til virksomheder og organisationer, eventuelt via betalingsmodel, gennemføres af hhv. Business Region MidtVest og Business Region Aarhus. Erhvervs- og klyngeorganisationer understøtter udbredelsen og kendskab til kampagnekonceptet og kan deltage som sponsor og afsender i kampagnerne. Dels kan de bidrage med argumenter og indhold om branchen og dels kan de bidrage økonomisk.

Aktivitet 6: Opsamling på og koordinering af tidligere gennemførte aktiviteter målrettet modtagelse og fastholdelse

En forudsætning for vellykket tiltrækning af talenter og arbejdskraft og deres evt. familier er, at der ved selve modtagelse, etableres den bedste mulige ramme for modtagelse og den hverdag, der hurtigt møder talenter, arbejdskraft og deres familier. Dette møde, bidrager til, den positive branding og den fortælling, enhver kommune og region har eller ønsker, og det er her den internationale arbejdskraft får deres første reelle møde med byen. Det er her, fortællingen om den attraktive by og region for talentfuld arbejdskraft og i praksis sår sine første frø. En professionel modtagelse og fastholde er således helt fundamental for tiltrækning af international arbejdskraft og familier.

6.1 Branding indsatsen står på et fundament af tidligere projekter

I tidligere Socialfondsperioder har flere aktører i regionen arbejdet med projekter inden for modtagelse og soft landing. Der samles op på disse projekter ved at gennemføre en kortlægning af tidligere aktiviteter, der kan aktiveres som et markedsføringsaktiv inde i tiltrækningsdagsordenen.

Nærværende projekt bygger naturligt oven på tidligere aktiviteter, hvor man har udviklet et stærkt modtagelsesapparat. Nu er vi klar til at anvende de stærke initiativer, som er etableret gennem tidligere projekter til at brande området som imødekommende overfor velkvalificeret arbejdskraft udefra.

Projektet vil eksempelvis arbejde med strategisk at bruge International Citizen Service i markedsføringsøjemed og aktiviteter omkring soft landing, spouse-netværk og andre frivillige

initiativer i branding-øjemed. Disse netværk kan endvidere bidrage til at styrke peer to peer markedsføringen af området.

6.2 Udbrede virksomhedernes kendskab til det høje serviceniveau

Aktiviteterne i dette projekt fokuserer på at udbrede kendskabet til det høje serviceniveau kommunerne i området tilbyder overfor lokale virksomheder, dette skal ske som en del af dialogen i virksomhedsnetværket beskrevet i aktivitet 3.1.

Disse aktiviteter gennemføres i samarbejde med kommunernes borgerservice centre, International Community i Aarhus og fx Herning Erhvervsråd og de stærke frivillige kræfter, som driver aktiviteter på området.

Kommuner og de to Business Regioner samarbejder med lokale aktører om at videreføre og videreudvikle de mangeartede initiativer, som vi har evidens for, har stor værdi for modtagelse og fastholdelse af international arbejdskraft og dermed for troværdigheden og substansen i tiltrækningen af internationale talenter og arbejdskraft. Kompetencerne inden for modtagelse samler sig i to centre omkring Aarhus og Herning, hvor den største koncentration af indrejser findes. Disse kompetencer stilles efter behov til rådighed for kommuner, som modtager international arbejdskraft med mindre hyppig frekvens.

Der arbejdes vedvarende med at sikre og videreudvikle:

- Professionel modtagelse, herunder digital forberedelse/indrejse samt koordinering mellem relevante myndigheder i ICS'erne og generelt udvikle netværkssamarbejde mellem relevante myndigheder og virksomheder med international arbejdskraft
- Bilaterale kontrakter og aftaler mellem kommuner om modtagelse af indrejser og udstedelse af CPR-nummer samt at fagforvaltninger i kommuner styrkes i deres internationale betjening bl.a. ved at sikre og videreudvikle relevant kommunal hverdagsinformation og borgerapp er på flere sprog
- Samarbejde om rejsehold til virksomheder sammen med andre myndigheder i forbindelse med indrejse
- Understøtte internationale borgeres inklusion i Det Digitale Danmark
- Sikre og videreudvikle velkomst- og mødearrangementer for talenter og deres familier, samt at understøtte og videreudvikle at de børn og unge, der ledersager international arbejdskraft, deltager aktivt i og bliver en del af et aktivt sport- og fritidsliv i samarbejde med NGO'er.

6.3 Aktivering af eksisterende netværk i peer to peer markedsføring

Spouse Community Aarhus er et initiativ etableret af Erhverv Aarhus/International Community med afsæt i opnåede erfaringer fra tidligere ESF-finansierede projekter. Netværket er åbent for deltagere i hele Midtjylland og dækker i øjeblikket Aarhus, Hobro, Randers, Silkeborg m.fl. Dette kan således dække hele regionen.

Baseret på den danske foreningsmodel blev Spouse Community Aarhus etableret i marts 2017. Siden netværkets opstart er der blevet gennemført ca. 70 arrangementer med over 900 deltagere.

Funding af netværkets aktiviteter er baseret på medlemskaber. Et medlemskab koster 100 kr. og skaber en 'psykologisk kontrakt' med community'et, og sikrer en aktiv involvering.

De har udviklet en stærk social medieprofil på både Facebook og Instagram. Disse kanaler anvendes til positiv story telling, som består af flere spor:

- What is a Spouse: På månedlig basis publiceres profil af en medfølgende partner/spouse med fokus på hvordan og hvorfor vedkommende er landet. Der tages afsæt i en ærlig fortælling om personlige oplevelser, som andre kan spejle sig i.
- Formålet er at vise den store diversitet i gruppen og bryde med stereotype forståelser af målgruppen. Dette særligt overfor virksomheder.
- Insta take-over: Med jævnlige mellemrum overtager et medlem Spouse Community's Instagramprofil. I en uge publicerer vedkommende billeder og historier om sit liv. Formålet er at vise, hvordan en medfølgende partner/spouse hverdag ser ud.

Vi ved at ægtefæller har en betydelig rolle i beslutningen omkring flytning til et nyt land, derfor er denne gruppe en vigtig målgruppe. Disse social media kanaler anvendes aktivt i rekrutteringsprocesser hos virksomheder. Herigennem har de medfølgende partnere/spouses mulighed for at danne sig et billede af deres fremtidige hverdag. Samtidig skabes der tryghed om at kunne blive del af et aktivt og åbent netværk, så snart de er ankommet.

Aktivitet 7: Etablering af programledelse

7.1 Programledelse

En del af at etablere programledelsen er at få ansat og/eller allokert de medarbejdere, der skal drive det overordnede projekt. Medarbejderne skal være forankret hos hhv. Business Region MidtVest, Business Region Aarhus og Copenhagen Capacity.

Disse medarbejdere vil stå for den konkrete udførelse af projektet og dets aktiviteter i samarbejde med andre relevante interessenter. For at sikre en opgavevaretagelse, der udspringer af virksomhedernes behov og afspejler forskellighederne i behov for kompetencer og aktiviteter på tværs af regionen, er det vigtigt, at programledelsen er tæt på kommunerne og på virksomhederne samt har kendskab til de forskellige lokale forhold der er, indenfor og på tværs af kommunerne.

En anden del af programledelsen er mobilisering af interessenter; at få dem med ombord i projektet og holde dem opdateret løbende om udviklingen, fremdriften og resultaterne. Det kan også handle om, at få koordineret indsatser og eventuelt at planlægge og afholde fælles projekter.

En del af projektet handler bl.a. om, at få koordineret, samlet op på samt etableret samarbejder med andre aktører, der arbejder indenfor tiltrækning af talent, modtagelse og fastholdelse af velkvalificeret arbejdskraft. Dette for at sikre et sammenhængende system samt for at skabe synergier og høste fordele indsatserne imellem. Her er det vigtigt, med en tæt og kontinuerlig dialog med disse aktører.

7.2 Projektledelse

Projektledelse af enkelte projekter, der indgår som en del af det overordnede projekt. Det kan være samarbejdspartnere, der kører et projekt eller leverer ind på en del af et projekt. Dette vil kræve kontinuerlig dialog med samarbejdspartnere, hvilket forventes at foregå bl.a gennem møder.

Det kan også være projekter, der køres af operatøren.

7.3 Netværksledelse

Som en del af projektet etableres en række forskellige netværk, der hver især bidrager til projektets overordnede formål. For at få det mest optimale ud af disse netværk, er det vigtigt med en stærk netværksledelse, der dels kan facilitere netværkene og dels kan stå for de administrative opgaver i forbindelse med dem.

7.4 internationalt samarbejde og viden udveksling

Programledelsen er ansvarlig for at søge og anvende internationale erfaringer og samarbejdspartnere der kan bidrage til at nå projektets mål.

Desuden samarbejdes med CDEU om at identificere og kvalificere potentielle europæiske partnere til konkrete projekter og at ansøge om deltagelse i relevante projekter.

Projektledelsen skal desuden opsøge relevante fora og netværk for ekstern vidensdeling, kommunikation og formidling i forbindelse med projektet.

Programspecifikke output:

1. Antal deltagere

B. Uddybende beskrivelse af projektets output (se hjælpetekst):

For projekter vedrørende tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft fra udlandet, gælder det, at det skal vise resultater i form af højtuddannede deltagere, som er blevet ansat på danske arbejdspladser (Nationalt program for EUs Socialfond 2014-2020 Danmark, s 57).

Aktiviteterne i projekter vil bidrage til at opfylde dette mål ved at skabe følgende output:

- 100 virksomheder på karriereportalen
- 500.000 unikke kandidater, der besøger digitale rekrutteringsplatforme
- 500 kandidater der lægger cv ind i database og/eller skriver sig op til e-mail korrespondance

En kritisk antagelse er her, at et tilstrækkeligt antal virksomheder i regionen er interesseret i at ansætte velkvalificerede internationale kandidater.

C. Uddybende beskrivelse af projektets effekter (se hjælpe tekst):

Projekter under indsats 4B ”Erhvervsuddannelse og videregående uddannelse” skal normalvis vise konkrete resultater i form af personers deltagelse. Det gælder dog ikke projekter, som vedrører tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft fra udlandet, som i stedet skal vise resultater i form af højtuddannede medarbejdere, som er blevet ansat på danske arbejdspladser (EU’s Socialfond 2014-2020 s. 58, Erhvervsstyrelsen).

Talenttiltrækningsprojektets hovedindsatser vil således bidrage til at opfylde det opstillede mål i prioritetsakse 4B ved at skabe 220 nye ansættelser i de midtjyske virksomheder, opdelt i følgende to spor:

1. Tiltrækning og modtagelse af udenlandske højtuddannede specialister

- 160 internationale højtuddannede vil tiltrækkes til Danmark og komme i job i midtjyske virksomheder via de internationale tiltrækningsforløb og via sourcing aktiviteter (dvs. via den opbyggede talent database)

2. Tiltrækning og fastholdelse af internationale studerende

- 60 internationale studerende vil komme i fuldtidsjob/studiejob/praktikjob.

D. Uddybende beskrivelse af projektets aktører (se hjælpe tekst):

Et stærkt lokalt og regionalt strategisk og operationelt set-up med dokumenterede resultater

Business regions er skabt som en organisering af kommunernes strategiske, ”grænseoverskridende” og strukturelle erhvervsfremmearbejde med henblik på at løse udviklingsudfordringer i forhold til eksempelvis infrastruktur, match mellem arbejdskraftefterspørgsel og –udbud samt branding. Der er en gennemgående erkendelse blandt kommunerne af, at man står stærkere sammen om at skabe vækst end hver for sig. Der er en fælles forståelse af sammenhængskraft og arbejdsdeling mellem kommunerne i de forskellige business regions. I Business Region Aarhus baseret på konceptet omkring den funktionelle byregion og i Business Region MidtVest baseret på idéen om, at et område uden markant storby men med et stærkt erhvervsliv og en naturlig sammenhængskraft i form af eksempelvis at udgøre et samlet arbejdskraftopland, er en solid ramme for områdeudvikling. Derfor er der også brug for fælles politiske prioriteringer om de opgaver, den enkelte kommune ikke kan løfte alene, når det handler om at styrke rammebetingelser for både virksomheder og befolkning.

Et andet væsentligt karakteristikum for business regions er, at samarbejdet opstår 'nedefra' med udgangspunkt i erhvervslivets og samarbejdspartneres styrker og udfordringer. Samarbejdet lader sig ikke begrænse af administrative grænser. Man samarbejder om det, der giver mening, med dem, det giver mening at samarbejde med. Derfor er strukturerne i business regions også ofte kendetegnet ved en høj grad af frivillighed. Samarbejdspartnere kan vælge at indgå i dele af samarbejdet og at stå uden for andre dele. Samarbejdet tager udgangspunkt i funktionelle sammenhænge. Derfor ser man også ofte en intern arbejdsdeling i business regions, hvor fx nogle kommuner er drivere på projekter med stor vigtighed for dem, mens andre kommuner lægger flere kræfter i andre projekter. Men altid med udgangspunkt i de fælles definerede strategiske målsætninger. Det afgørende er at gøre en forskel. Succes skal dels måles på konkrete tiltag, der betyder noget for virksomhederne.

Forskellen i forhold til tidligere samarbejdsmodeller er, at udgangspunktet i høj grad er drevet af det politiske niveau ud fra en konkret brændende platform – at skabe vækst og beskæftigelse i lokalområdet. Business regions ser sig selv som et overordnet strategisk lag, der sætter en fælles politisk retning for konkrete samarbejdsprojekter ikke som et administrativt lag i erhvervsfremmesystemet. Blandt både politikere og erhvervsliv er der positive forventninger til, at business regions med fokus på strukturel erhvervsfremme kan bidrage til at løfte dansk erhvervsliv og dermed væksten i Danmark i forhold til den internationale konkurrence.

Business Region Aarhus og Business Region MidtVest har brugt år på at mobilisere og etablere tætte relationer til virksomheder, virksomhedsnetværk og organisationer (erhvervsråd og regionalforeninger) både ift. strategisk regional erhvervsfremme og konkrete projekter på erhvervs-, uddannelses- og arbejdsmarkedsområdet – områder, der i stigende grad sammentænkes. Et eksempel på dette er fastholdelse af international arbejdskraft, der kombineres med ægtefællejobs i Business Region Aarhus. Et andet eksempel er Business Region MidtVests arbejde med at sætte fokus på ingeniøruddannelserne og de erhvervsfaglige uddannelser gennem et nært og strategisk samarbejde med det "lokale" universitet AU i Herning, udarbejdelse af uddannelsesmateriale om de erhvervsfaglige uddannelser til udskolingen samt afvikling af DM i Skills i januar 18 resulterende i et væsentligt øget optag på de lokale erhvervsskoler. Erfaringerne med konkrete samarbejder med virksomheder, netværk og organisationer kan overføres til nærværende projekt vedr. tiltrækning af talent.

Copenhagen Capacity har i flere år arbejdet for at tiltrække talenter til Greater Copenhagen og har i dag en model, der dokumenterer solide resultater – og samtidig anvendes som best-practise på europæisk niveau.

Vi ønsker således, at vores samarbejde sikrer at best practise på talenttiltrækning etableres i Midtjylland baseret på vores solide og eksisterende lokale forankring.

Copenhagen Capacity

Copenhagen Capacity blev etableret i 1994 og er en erhvervsdrivende fond, der arbejder for at styrke Danmarks internationale konkurrencedygtighed med et særligt fokus på hovedstadsregionen. Formålet er at skabe vækst og beskæftigelse i regionen ved at tiltrække og fastholde udenlandske investorer, virksomheder og talenter.

Copenhagen Capacity har i de seneste 5 år sørget for at tiltrække og fastholde flere end 1000 internationale højt specialiserede kandidater i Greater Copenhagen. Deres digitale kampagner er blevet vist flere end 76 millioner gange og 580.000 internationale kandidater har besøgt kampagnesiderne. Flere end 800 internationale studerende har deltaget i karriereprogrammer, med målsætningen, at de lander et job i Danmark efter afsluttede studier.

Dertil er der bygget en international rettet digital kampagnemaskine, som formår at nå dygtige kandidater, der hvor de findes i udlandet, få deres opmærksomhed og interesse vakt og skabt en dialog med dem om karrieremuligheder i Danmark. På nuværende tidspunkt har de opbygget en database med flere end 7000 højt specialiserede kandidater, der er motiverede for at søge karriere i Danmark, hvis det rigtige job kommer.

Copenhagen Capacity er økonomisk partner og har således medansvar for projektgennemførelsen og den daglige administration. Den regnskabs- og kvalitetssikringsmæssige opgave, som påhviler Copenhagen Capacity, varetages af et Shared Service Center (SSC), som Copenhagen Capacity etablerede i 2015 i fællesskab med Wonderful Copenhagen, Greater Copenhagen og Skåne Committee. I SSC er der ca. 16 medarbejdere, der administrerer HR, økonomi, IT og Intern Service for de tre organisationer. SSC og dets medarbejdere har mange års erfaring med EU-projekter, særligt strukturfondene og har opnået stor anerkendelse for sin EU-administration (bl.a. af Erhvervsstyrelsens niveau 2 kontrol).

Tilsammen besidder partnerne både den faglige og geografiske erfaring og viden, der skal til for at løfte opgaven. Ligeledes dækker partnerne alle 19 kommuner i Region Midtjylland geografisk. Dette partnerskab vil sikre, at der bliver taget højde for de forskellige behov for kompetencer, aktiviteter og netværk fra øst til vest.

Beskrivelse af andre samarbejdspartnere

Der findes allerede en lang række aktører i området, der på forskellig vis er afhængig af tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft, eller som på forskellig vis arbejder med at understøtte tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft. Nærværende projekt søger, at udvikle og styrke samarbejdet mellem dem for at styrke og målrette branding af området og for at sikre, at vi trækker på relevante erfaringer og kompetencer.

Aarhus Universitet

Universitetet er landsdækkende og ligger blandt de 100 bedste universiteter i verden.

Universitetet har mere en 39.000 studerende, hvoraf ca. 3.000 er internationale, beskæftiger mere end 8.000 medarbejdere og har et årligt budget på 6,6 mia. Universitetet har en stærk international profil og samarbejder med nogle af verdens bedste forskningsinstitutioner og universitetsnetværk, herudover udbyder de mere end 60 uddannelser på engelsk.

Universitetet har en række tiltag for at tiltrække internationale talenter, både studerende til deres uddannelser, phd'ere og forskere. I samarbejde med en række aktører (bl.a. Work in Denmark, International Community, euraxess) har universitetet en række services til internationale medarbejdere, der får job på universitetet og flytter til Danmark. Herunder tilbyder de bl.a. et Expat Partner Programme, dansk undervisning, hjælp til papirarbejde, hjælp til bolig og meget mere.

Hvad bidrager de med

Brandingindsatsen i nærværende projekt understøtter Aarhus Universitets rekruttering af internationale medarbejdere og studerende, en aktivitet der på længere sigt kan bidrage til at øge tilgangen af velkvalificeret arbejdskraft til områder. Vi har derfor en gensidig interesse i at samarbejde om profileringen af Midtjylland som attraktiv karrieredestination.

Aarhus Universitets studerende kan samtidig mobiliseres som ambassadører for området, i det de har et internationalt netværk, som kan være relevant for tiltrækningsaktiviteter i nærværende projekt.

Endvidere har Aarhus Universitet og Destination Aarhus allerede et relevante samarbejde om tiltrækning af eksempelvis datalogistuderende som kan danne grundlag for andre tiltrækningsaktiviteter.

VIA University College

VIA University College dækker hele Region Midtjylland med i alt 8 campusser og 40 videregående uddannelser, hvoraf ca. halvdelen er på engelsk. De har uddannelser til unge, videregående uddannelser og efter- og videreuddannelser. Indenfor sidstnævnte er de Nordens største udbydere af efter- og videreuddannelse. De har i alt knap 40.000 studerende og 2.200 medarbejdere.

VIA har en stærk international profil med over 500 internationale partnere. Herigennem tilbyder de udveksling, praktikophold, dobbeltgrader og summer schools. De samarbejder også internationalt omkring forskellige forsknings- og udviklingsaktiviteter. Udover at tage ud i verden, arbejder VIA også med at tiltrække internationale studerende og undervisere.

Hvad bidrager de med

Branding-indsatsen i nærværende projekt understøtter VIA's rekruttering af internationale studerende, en aktivitet der på længere sigt kan bidrage til at øge tilgangen af velkvalificeret arbejdskraft til området. Vi har derfor en gensidig interesse i at samarbejde om profileringen af Midtjylland som attraktiv karrieredestination.

VIA's studerende kan samtidig mobiliseres som ambassadører for området, i det de har et internationalt netværk som kan være relevant for tiltrækningsaktiviteter i nærværende projekt.

Destination Aarhus

De er et IT community baseret i Aarhus, som inviterer internationale IT talenter og danske IT virksomheder til at være med i deres netværk. Aktuelt har de 15 store danske virksomheder i deres medlemskreds. Her formidler de jobs indenfor IT sektoren i Aarhus og omegn og har aktuelt ca. 80 ledige jobs opslået. Herudover bruges netværket også til videndeling og som udviklings community. De afholder en række events med IT i fokus.

Hvad bidrager de med

Destination Aarhus og Aarhus kommune har sammen undersøgt denne tilgang gennem projektet JoinTheNordics støttet af Nordisk Minister Råd. Erfaringer herfra kan bringes ind i nærværende projekt.

Desuden driver Destination Aarhus en række events der eksemplificerer styrken i den Midtjyske IT-klynge og som kan bidrage til at understøtte arbejdet med peer to peer markedsføring.

Lokale Visit-organisationer

Deres formål er, at medvirke til at udvikle erhvervs og fritidsturismen i området og at markedsføre Østjylland som en attraktiv destination.

Hvad bidrager de med

Visit Aarhus bidrager bl.a. til projektet med know-how om international markedsføring, kendskab til relevante markeder og konkret markedsføringsmateriale, som kan anvendes i forbindelse med peer to peer markedsføring.

Desuden bidrager VisitAarhus konkret til projektet ved at understøtte markedsføringsaktiviteter med en målrettet PR-indsats baseret på erfaringer opbygget gennem ECC Aarhus 2017.

Erhvervsrådene

Der er i alt 10 erhvervsråd i regionens 19 kommuner. Nogle kommuner har eget erhvervsråd, andre har et i fællesskab og andre har ikke et. Deres tilbud og organisering varierer, men de er alle relevante for dette projekt idet de har en tæt kontakt til områdets virksomheder.

Der er følgende erhvervsråd i regionen:

-
- Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande
- Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd
- Erhvervs Randers
- Favrskov Erhvervsråd
- Business Horsens
- Erhverv Silkeborg
- Erhverv Aarhus
- Viborgegnens Erhvervsråd
- Mariagerfjord Erhvervsråd
- Erhverv Skanderborg

Hvad bidrager de med

De lokale erhvervsråd har et indgående kendskab til og løbende dialog med virksomheder i deres område og er ligeledes en vigtig kilde til viden.

International Community

International Community ligger under Erhverv Aarhus og driver international Spouse Community. Organisationen arbejder med tiltrækning, modtagelse og fastholdelse af international arbejdskraft gennem en række indsatser:

- De hjælper internationale medarbejdere under deres ophold i Danmark og har bl.a. flere sociale og professionelle netværks, hvor der afholdes arrangementer, seminarer osv.
- De assisterer deres medlemsvirksomheder i at rekruttere, modtage og fastholde internationale medarbejdere
- Videndeling på tværs

De har i alt 4.000 medlemmer (virksomheder, medarbejdere, familiemedlemmer osv.)

Hvad bidrager de med

International Community har deltaget i tidligere projekter om modtagelse og fastholdelse af international arbejdskraft og bidrager således til projektet med viden, erfaring og netværk om området.

International Community bidrager konkret til projektet med indhold til kampagner med afsæt i materiale skabt i forbindelse med projektet "Talent Attract Denmark". Desuden ses International Community som en stærk aktør i peer to peer marketing gennem en aktivering af deres Spouse-netværk og andre frivillige aktiviteter beskrevet i aktivitet 6

International Society

Det er et community i Herning og Ikast-Brande, hvor internationale kan mødes og dele erfaringer og viden, om det at bo og arbejde i området. De afholder forskellige sociale arrangementer, både for danskere, virksomheder, studerende og internationale borgere. De er forankret under Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande.

Holstebro International

Det er en gruppe, der arbejder for at bygge bro mellem internationale og danskere, både mht. arbejdslivet (jobs) og socialt. De hjælper med integrationen ind i det danske samfund gennem forskellige arrangementer med et socialt, lærings eller international fokus.

Work in Denmark

Bringer højtuddannede udenlandske jobsøgende og danske virksomheder sammen ved dels at hjælpe virksomhederne med at tiltrække og rekruttere og dels ved at give de udenlandske medarbejdere information og hjælp til at tage et job i Danmark. De arbejder ligeledes med modtagelse og fastholdelse af de udenlandske medarbejdere. Talenttiltrækningsprojektet vil bygge videre på og supplere denne indsats ved bl.a. at udvide til kandidater, der ikke nødvendigvis er aktivt jobsøgende, men kunne være/blive motiveret til at flytte til Midtjylland. Der er allerede en konstruktiv dialog og relation til Work in Denmark omkring projektet.

Central Denmark EU Office

I det kommende samarbejde mellem operatøren og CDEU, vil CDEU facilitere projektudviklingsprocessen og sikre tæt sparring ift. udvikling og identificering af projektidéer og matche dem med relevante EU-programmer. CDEU vil også aktivt bidrage til at identificere og kvalificere potentielle europæiske partnere til konkrete projekter samt tilbyde feedback på skrevne ansøgningsdele og heri sikre, at den europæisk dimension og værdi fremstår tydeligt. Hvad angår facilitering af eksternt vidensdeling, kommunikation og formidling vil CDEU præsentere konkrete bud på relevante fora og netværk og samtidig give en indledende vurdering af, hvorvidt netværket har den kvalitet, som der efterspørges. Ligeledes vil CDEU bidrage til den samlede kommunikationsindsats via CDEU's egne eksterne kanaler og overfor CDEU's aktører, både på regionalt plan og i Bruxelles.

E. En sammenfattende, kort og udtømmende beskrivelse af projektet (se hjælpe tekst):

Projektet har til formål at tiltrække velkvalificeret arbejdskraft til virksomhederne i hele Region Midtjylland, for at sikre områdets fortsatte udvikling og vækst.

Projektets aktiviteter tilsammen vil bidrage til at formålet opnås:

- **Kortlægningen og analysedelen** vil sikre, at projektet får et solidt og aktuelt videngrundlag at stå på, så alle aktiviteter tager udgangspunkt i virksomhedernes aktuelle behov, og så kampagner og aktiviteter får størst muligt effekt.
- Formålet med at etablere en **IT platform** er at have ét samlet sted, hvor velkvalificerede kandidater kan orientere sig og blive inspireret af de mange karrieremuligheder, der er i Midtjylland samt det gode liv her. Den skal samle de indsatser, der er på området og linke over til andre relevante tilbud til målgruppen.
- De **netværk**, der etableres i projektet vil på hver sin måde bidrage til formålet. De skal bl.a. give inputs til processen, sparring til programledelsen, forankre projektet strategisk i virksomhederne, aktivere herboende medarbejdere, koordinere med andre aktiviteter og hjælpe med at sprede budskaberne om Midtjylland som en attraktiv karrieredestination.
- **Branding af Midtjylland** som karrieredestination har to delelementer; at skabe og udbrede en positiv fortælling om regionen samt gennemføre digitale tiltrækningskampagner. Begge med det formål at tiltrække velkvalificeret arbejdskraft.
- **Kommunikation og formidling** om projektet og dets erfaringer og resultater er en integreret del af projektet. Dette for at der løbende opbygges engagement hos alle aktører samt videndeles på tværs.
- **Opsamlingen og koordineringen med tidligere gennemførte aktiviteter målrettet modtagelse og fastholdelse** er prioriteret ud fra et ønske om at skabe synergier mellem projektet og andre initiativer samt bidrage med merværdi på området. Operatøren vil gerne undgå uhensigtsmæssige overlap og vil derfor have en løbende dialog og samarbejde med andre aktører. Det vil også bidrage til videndeling på tværs og sikre, at projektet bygger på eksisterende viden og erfaringer
- **Etableringen af program-, projekt og netværksledelsen** er uundværligt for projektet, da det er disse funktioner, der skal drive og/eller være tovholder på aktiviteterne.

Projektets partnerskabskreds består af Business Region Aarhus, Business Region MidtVest og Copenhagen Capacity, der tilsammen har den geografiske spredning, politiske opbakning og faglige viden, der skal til, for at lykkedes med at skabe effektfulde og synlige resultater.

F. Uddybende om projektets additionalitet (se hjælpe tekst):

Projektet gennemføres for Region Midtjylland med Business Region MidtVest, Business Region Aarhus og Copenhagen Capacity som operatør. Projektet ville ikke kunne gennemføres uden støtte, da det ikke indgår i driften eller basisfinansieringen hos nogle af partnerne. Midlerne vil altså gå til additionelle aktiviteter.

G. Udbudsregler/tilbudslov – herunder markedspris og miljøhensyn ved offentlige indkøb (se hjælpe tekst):

Såvel den kontraktansvarlige partner som de økonomiske partnere har omfattende erfaring med regeloverholdelse herunder at sikre sund finansforvaltning i projekthåndtering bl.a. gennem varetagelse af diverse EU-finansierede programmer.

Projektets partnerkreds er altovervejende finansieret ved offentlig støtte og derfor i forvejen bekendt med de gældende indkøbsregler for offentlige organisationer samt EU's udbudsregler.

Partnerkredsen er bevidst om, at det formelle ansvar for at overholde udbudsreglerne ligger hos den kontraktansvarlige partner.

Ved indkøb af eksterne ydelser vil projektet tilse, at dette sker på den økonomisk mest fordelagtige måde. Projektet følger Konkurrencestyrelsens regler om annoncering på udbud.dk. Der forventes ikke at blive foretaget indkøb, der overstiger EU's tærskelværdi for vare- og tjenesteydelser.

9. Økonomiske partnere i projektet

Kontraktansvarlig partner (overført fra hovedmenuens pkt. 4 Stamoplysninger)

Navn	ÅRHUS KOMMUNE RÅDHUSET
CVR nummer	55133018
CVR-P nummer	1003365657
Selskabsform	Primærkommune
Adresse	Rådhuspladsen 2
Postnr.	8000
By	Aarhus C
Region	Ikke tilgængelig
Branche (NACE kode)	8411
Branche beskrivelse	Generelle offentlige tjenester
Telefon	2372 1014
Email	jjaba@aarhus.dk

Samlet forventet antal af økonomiske partnere

Angiv nedenfor det samlede forventede antal af økonomiske partnere i projektet inklusiv den kontraktansvarlige partner (se hjælpe tekst)

Antal	3
-------	---

Vigtigste økonomiske partnere

Vælg nedenfor antal af vigtigste økonomiske partnere (max 4), udover den kontraktansvarlige partner (se hjælpe tekst)

Antal økonomiske partnere (max 4)	2 økonomisk partner (udover kontraktansvarlig partner)
-----------------------------------	--

Partner nr. 1

Vælg CVR-P, CVR under stiftelse eller CPR	CVR-P (produktionsnummer)
CVR-P nummer	1021056703
Navn	Business Region MidtVest
Selskabsform	Forening

CVR nummer	37367648
Adresse	Torvet 5
Postnummer	7400
By	Herning
Region	Ikke tilgængelig
Branche beskrivelse	Andre organisationer og foreninger i.a.n.
Telefon	2517 4089
Email	susanne.nors@br-mv.dk

Beskrivelse af den økonomiske partner, herunder dennes administrative og økonomiske kapacitet (se hjælpeteksten)

Business Region MidtVest er stiftet som forening med selvstændige vedtægter og selvstændig økonomi. De 7 stiftende kommuner er: Skive Kommune, Struer Kommune, Lemvig Kommune, Holstebro Kommune, Herning Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune og Ikast-Brandeborg Kommune. Bestyrelsen består af kommunernes borgmestre og den administrative styregruppe består af de 7 kommuners kommunaldirektører.

Formålet er at:

- Fremme vækst og udvikling i Midt- og Vestjylland gennem optimale vilkår for erhverv og bosætning
- Skabe en stærk international position for området
- Være markante på den regionale, nationale og internationale scene
- Opnå større gennemslagskraft i arbejdet for vækst, beskæftigelse og bosætning.,

Business Region MidtVest er økonomisk partner og har således medansvar for projektgennemførelsen og den daglige administration.

Partner nr. 2

Vælg CVR-P, CVR under stiftelse eller CPR	CVR-P (produktionsnummer)
CVR-P nummer	1001308444
Navn	COPENHAGEN CAPACITY, FONDEN TIL MARKEDSFØRING OG ERHVERVSFREMME I REGION HOVEDSTADEN
Selskabsform	Erhvervsdrivende fond
CVR nummer	17538896
Adresse	Nørregade 7B
Postnummer	1165

By	København K
Region	Ikke tilgængelig
Branche (NACE kode)	9411
Branche beskrivelse	Erhvervs- og arbejdsgiverorganisationer
Telefon	22 16 15 11
Email	nl@copcap.com

Beskrivelse af den økonomiske partner, herunder dennes administrative og økonomiske kapacitet (se hjælpe teksten)

Copenhagen Capacity blev etableret i 1994 og er en erhvervsdrivende fond, der arbejder for at styrke Danmarks internationale konkurrencedygtighed med et særligt fokus på hovedstadsregionen. Formålet er at skabe vækst og beskæftigelse i regionen ved at tiltrække og fastholde udenlandske investorer, virksomheder og talenter.

Copenhagen Capacity er økonomisk partner og har således medansvar for projektgennemførelsen og den daglige administration. Den regnskabs- og kvalitetssikringsmæssige opgave, som påhviler Copenhagen Capacity, varetages af et Shared Service Center (SSC), som Copenhagen Capacity etablerede i 2015 i fællesskab med Wonderful Copenhagen, Greater Copenhagen og Skåne Committee. I SSC er der ca. 16 medarbejdere, der administrerer HR, økonomi, IT og Intern Service for de tre organisationer. SSC og dets medarbejdere har mange års erfaring med EU-projekter, særligt strukturfondene og har opnået stor anerkendelse for sin EU-administration (bl.a. af Erhvervsstyrelsens niveau 2 kontrol).

10. Oplysninger om Statsstøtte

Oplysning om tidligere ydet statsstøtte.

Du bedes angive, hvor vidt du eller en af de andre økonomiske partnere - eller øvrige statsstøttemodtagere – pr. d.d. skylder at tilbagebetale støtte, der i henhold til kommissionsbeslutning er erklæret i strid med reglerne om det indre marked.

Nej

Hvis projektet indebærer, at virksomheder eller institutioner modtager offentlig støtte til kommercielle aktiviteter (se hjælpe tekst), skal der for hver enkelt støttemodtager gives en række oplysninger, inden den enkelte støttemodtager påbegynder sin deltagelse i projektet. Oplysningerne anføres i dette skema, såfremt støttemodtagerne er kendte på ansøgningstidspunktet.

Bliver identiteten af støttemodtagerne først kendt, efter indsendelsen af ansøgningen, skal tilsvarende oplysninger indsamles, før den enkelte statsstøttemodtager påbegynder sin deltagelse i projektet. Undladelse af oplysningerne om den enkelte støttemodtager kan medføre, at projektet ikke anses som støtteberettiget

Indebærer projektet offentlig støtte til kommercielle aktiviteter?

Nej

11. Økonomi

Søges der anden støtte til projektet?	Ja
Angiv hvorfra?	Region Midtjylland, regionale erhvervsudviklingsmidler
Valg af kontoplan	Socialfonden 18%
Indsæt støtteprocent (max 50%)	50,00
Indsæt støtteprocent (max 60%)	

Socialfonden 18% kontoplan

Udgifter	
Udgifter til intern projektgennemførelse	
10. Projektarbejde, standardsats	0,00
20. Projektarbejde, faktisk løn	14.300.202,54
40. Ekstern konsulent bistand	2.518.950,00
50. Revision	130.000,00
60. Andet	0,00
70. Øvrige udgifter 18%	3.050.847,46
79. I alt	20.000.000,00
10% udgifter	
80. Maskiner og udstyr	0,00
90. Køb af patenter, knowhow og licenser	0,00
98. Interim justeringskonto 10%	0,00
99. I alt	0,00
Driftsudgifter i alt	20.000.000,00
Deltagerløn og Deltagerunderhold	
100. Deltagerløn, standardsats	0,00
110. Deltagerløn, faktisk løn	0,00
120. Deltagerunderhold, standardsats	0,00
130. Deltagerunderhold, faktisk udbetaling	0,00
139. I alt	0,00
Samlede udgifter	
149. Samlede udgifter	20.000.000,00
150. Indtægter (indsæt nul eller negativ værdi)	0,00
199. Samlede støtteberettigede udgifter	20.000.000,00
Finansiering	
500. EU medfinansiering	10.000.000,00
Deltagerfinansiering	
510. Statslig deltagerfinansiering	0,00
511. Regional deltagerfinansiering	0,00
512. Kommunal deltagerfinansiering	0,00

513. Privat deltagerfinansiering	0,00
514. Deltagerfinansiering fra offentligt lignende	0,00
519. I alt	0,00
Kontante tilskud	
520. Kontante Statslige tilskud	0,00
521. Kontante Regionale tilskud	7.000.000,00
522. Kontante Kommunale tilskud	0,00
523. Kontante Private tilskud	0,00
524. Kontante tilskud fra offentligt lignende	0,00
525. Kontante statslige tilskud fra Erhvervsstyrelsen	0,00
529. I alt	7.000.000,00
530. Egenfinansiering beregnet - skal fordeles nedenfor:	3.000.000,00
531. Statslig egenfinansiering	0,00
532. Regional egenfinansiering	0,00
533. Kommunal egenfinansiering	2.500.000,00
534. Privat egenfinansiering	0,00
535. Offentlig lignende egenfinansiering	500.000,00
539. I alt	3.000.000,00
599. Samlet finansiering	20.000.000,00
Noter:	
- 20. Projektarbejde, faktisk løn	<i>Se bilag: budget</i>
- 40. Ekstern konsulent bistand	<i>Se bilag: Budget</i>
- 50. Revision	<i>Se bilag: Budget</i>
- 521. Kontante Regionale tilskud	<i>Tilskudet kommer fra Region Midtjyllands erhvervsudviklingsmidler</i>
- 533. Kommunal egenfinansiering	<i>Medfinansieringen kommer fra Business Region Aarhus og Business Region MidtVest</i>
- 535. Offentlig lignende egenfinansiering	<i>Medfinansieringen kommer fra Copenhagen Capacity</i>
Validering af budget 18%	
Deltager udgifter og finansiering	Ja
Samlede udgifter og samlet finansiering	Ja

12. Økonomi fordelt på perioder

Forbrug fordelt på halvårsperioder

Procentdel der forventes anvendt i perioden: Jan.. 2019 - Aug.. 2019	20
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep.. 2019 - Feb.. 2020	16
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Mar.. 2020 - Aug.. 2020	17
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep.. 2020 - Feb.. 2021	17
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Mar.. 2021 - Aug.. 2021	17
Procentdel der forventes anvendt i perioden: Sep.. 2021 - Dec.. 2021	13

Totalbudget ESF eksport til TAS

kto_10	0,00
kto_20	14.300.202,54
kto_25	
kto_30	
kto_40	2.518.950,00
kto_50	130.000,00
kto_60	0,00
kto_70	3.050.847,46
kto_79	20.000.000,00
kto_80	0,00
kto_90	0,00
kto_98	0,00
kto_99	0,00
kto_9999	20.000.000,00
kto_100	0,00
kto_110	0,00
kto_120	0,00
kto_130	0,00
kto_139	0,00
kto_149	20.000.000,00

kto_150	0,00
kto_199	20.000.000,00
kto_500	10.000.000,00
kto_510	0,00
kto_511	0,00
kto_512	0,00
kto_513	0,00
kto_514	0,00
kto_519	0,00
kto_520	0,00
kto_521	7.000.000,00
kto_522	0,00
kto_523	0,00
kto_524	0,00
kto_525	0,00
kto_529	7.000.000,00
kto_530	3.000.000,00
kto_531	0,00
kto_532	0,00
kto_533	2.500.000,00
kto_534	0,00
kto_535	500.000,00
kto_539	3.000.000,00
kto_599	20.000.000,00
kto_8000	20.000.000,00
kto_8001	20000000,00
kto_8002	0,00
kto_8003	0,00
kto_8010	20.000.000,00
kto_8011	10.000.000,00
kto_8013	7.000.000,00
kto_8080	10.000.000,00
kto_8081	,5
kto_8020	0,00
kto_8021	0,00

kto_8024

3.000.000,00

kto_8025

3.000.000,00

13. Øvrige oplysninger

Bæredygtig udvikling

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til en bæredygtig udvikling på miljøområdet?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Der er ingen direkte effekt på bæredygtig udvikling på miljøområdet

Lige muligheder og ikke-diskrimination: personer med handicap

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke diskrimination for personer med handicap?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Personer med handicap har samme vilkår og muligheder, som alle andre i projektet.

Lige muligheder og ikke-diskrimination: etnisk oprindelse

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke-diskrimination m.h.t. etnisk oprindelse?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Alle i projektet, uanset etnisk oprindelse, behandles ens. Projektet retter sig mod tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft til regionen og derfor vil der forventligt være forskelle i etnisk oprindelse.

Lige muligheder og ikke-diskrimination: ligestilling mellem mænd og kvinder

Bidrager gennemførelsen af projektet positivt til lige muligheder og ikke diskrimination mellem mænd og kvinder?

Ingen effekt

Besvarelsen bedes uddybet

Mænd og kvinde vil have lige vilkår og muligheder, da der fokuseres på kompetencer og ikke køn.

Virksomhedsengagement

Bidrager projektet til et stærkt engagement fra private virksomheder?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet tager udgangspunkt i virksomhedernes kompetencebehov, og det er derfor afgørende for projektet at involvere og engagere alle interesserede virksomheder i området. Projektet retter sig mod tiltrækning af velkvalificeret arbejdskraft indenfor efterspurgte kompetenceområder og henvender sig dermed til de virksomheder, der har interesse i at ansætte arbejdskraft. Virksomhederne forventes derfor at indgå med et stort engagement.

Offentlig-private partnerskaber

Bidrager projektet til at skabe samspil mellem den offentlige og den private sektor med henblik på at udnytte fælles potentialer og skabe løsninger på et højere niveau?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet fokuserer på, hvordan vi i en samlet indsats, kan tiltrække velkvalificeret international arbejdskraft til områdets virksomheder for dermed at imødekomme den aktuelle mangel på arbejdskraft i regionen. Dette vil ske i et samspil mellem offentlige aktører (kommuner) og private virksomheder. Dermed vil det bidrage til, at skabe et større samspil mellem kommunerne og det private erhvervsliv og skabe løsninger, der endnu ikke eksisterer eller ikke er formaliseret.

Samordning og koordinering

Bidrager projektet til at samordne og koordinere regionens mange aktiviteter med henblik på at sikre synergi og undgå overlap og parallelsystemer?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

En af aktiviteterne i projektet er at samle op på og koordinere tidligere gennemførte aktiviteter målrettet modtagelse og fastholdelse (aktivitet 6). Herudover er det også prioriteret i projektet

at kortlægge kommunale, frivillige og private indsatser i Region Midtjylland (under aktivitet 1). Ydermere etableres der et advisory board bl.a. bestående af nøgleinteressenter. Dette gøres, da operatøren har et stort ønske om at skabe synergier mellem projektet og de allerede eksisterende initiativer, samt at projektet bidrager med merværdi på området. Operatøren vil gerne undgå uhensigtsmæssige overlap og derfor vil der være en løbende dialog og samarbejde med andre aktører. Dette vil også bidrage til videndeling på tværs af aktører og sikre, at projektet bygger oven på eksisterende viden og erfaringer.

Fokusering

Bidrager projektet til at samle kræfterne i større og perspektivrige initiativer, der synligt og markant løfter regionen på udvalgte områder?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet vil henvende sig til virksomheder i Region Midtjylland, der er interesseret i at tiltrække og ansætte velkvalificeret arbejdskraft. Projektet vil også søge at samarbejde med eksisterende aktører på området. Dette vil samle relevante aktører med interesse i området i en fælles indsats for at tiltrække velkvalificeret arbejdskraft til regionen og dermed markant løfte indsatsen.

Tiltaget er ikke noget, hver enkelt virksomhed kan løfte alene, så ved at regionen står sammen på dette område, står vi stærkere i den internationale konkurrence om talent, hvilket vil være med til at stille vores virksomheder bedre på det internationale marked.

Globalisering

Bidrager projektet til perspektiv i forhold til globaliseringens muligheder og omsættes disse muligheder til konkurrencemæssige fordele?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Da projektet fokuserer på tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft, vil projektet muliggøre konkurrencemæssige fordele for virksomhederne på et globalt marked samt bidrage til arbejdskraftens frie bevægelighed på tværs af landegrænser.

Samfinansiering

Bidrager projektet til bredt ejerskab og fælles prioritering af ressourcer - til de initiativer og udviklingsaktiviteter Vækstforum igangsætter?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet er relevant for en række af de delmål Region Midtjylland har sat i Vækst- og Udviklingsstrategien for 2015-2025.:

-
- *“Vi hjælper virksomhederne med at skabe vækst og omstille sig til verdensmarkedet”*: Projektet vil bidrage positivt til dette, ved at sikre at virksomhederne har adgang til velkvalificeret arbejdskraft.
- *“Vi dyrker vores styrker”*: tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft vil være med til at realisere regionens mål om at opnå en højere vækst indenfor fokusområderne end i resten af landet, da virksomhederne får adgang til den nødvendige arbejdskraft og dermed fortsat kan vokste.
- *“Vi sikre balancen mellem udbud af arbejdskraft og erhvervslivets efterspørgsel”*: Der tiltrækkes velkvalificeret arbejdskraft til regionen, hvilket vil være med til at afhjælpe flaskehalsproblemer. Dette vil være med til at realisere, at regionen har relativ færre flaskehalse på arbejdsmarkedet end i resten af landet.

Ambitionen er at engagere lokale, kommunale, regionale, nationale og private aktører i udvikling og implementeringen af projektet. Dette vil sikre et bredt ejerskab og en bred koordinering af aktiviteter og ressourcer.

Vækst i yderområder

Kommer projektet hele regionen til gode ved at satse på brobygning til yderområdernes særlige styrker og potentialer, til gavn for hele regionen?

Ja

Besvarelsen bedes uddybet

Projektet har til formål at tiltrække velkvalificeret arbejdskraft til virksomhederne i hele Region Midtjylland. Dette for at sikre områdets fortsatte udvikling og vækst ved at sørge for at virksomhederne har adgang til de nødvendige kompetencer. Det kan være svært for virksomheder i yderområderne at tiltrække arbejdskraft og disse vil særligt have en fordel af, at få adgang til kvalificeret arbejdskraft. Projektet vil altså have en positiv effekt på væksten i yderområderne.

14. Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven

Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven skal overholdes af den kontraktansvarlige partner og projektets økonomiske partnere.

Tilsagnsmottager har ansvaret for, at alle projektmedarbejdere og projektdeltagere oplyses om, at der behandles personoplysninger om dem, og om deres rettigheder efter databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven.

Endvidere skal tilsagnsmottager sørge for, at projektets økonomiske partnere oplyser alle deres medarbejdere og deltagere om deres rettigheder efter databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven.

Oplysningspligten skal opfyldes både når personoplysningerne indsamles fra den registrerede selv, og når de indsamles fra andre end de registrerede. Det betyder, at de økonomiske partnere skal opfylde oplysningspligten over for deres medarbejdere og deltagere, mens tilsagnsmottager skal opfylde oplysningspligten over for både sine egne medarbejdere og deltagere, men som udgangspunkt også over for de økonomiske partners deltagere og medarbejdere. Informationen skal gives på det tidspunkt, hvor personoplysningerne indsamles. I kan finde en skabelon på www.regionalt.dk/blanketter.

Du kan læse om dine rettigheder efter databeskyttelsesforordningen her ([klik her](#)).

Med markering i nedenstående afkrydsningsfelt bekræfter jeg - som ansøger/kontraktsansvarlig partner - at have gjort mig bekendt med og accepteret betingelserne i Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven.

Samtidig forpligter jeg mig til at sikre, at eventuelle økonomiske partnere i projektet er gjort skriftligt bekendt med og har accepteret betingelserne i "Databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven".

Ved at sætte flueben i boksen giver du, som ☐ Ja
kontraktsansvarlig partner, dit samtykke til ovenstående.

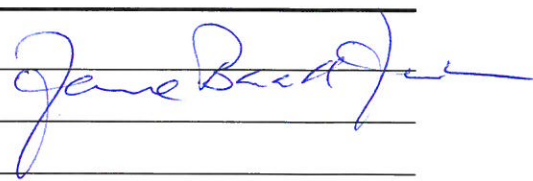
15. Erklæring og underskrift

Med underskrift bekræfter vi, at de afgivne oplysninger, er korrekte og retvisende.

Man skal underskrive den PDF, man modtager på email (den adresse der står opgivet under pkt. "1 Bruger profil").

På hver side nederst i PDF'en står anført bruger-id, versionsnr. og tids- og datostempel for indsendelsen.

Udskriver man en PDF i den venstre menu under punktet "2. Se ansøgning i PDF" står anført nederst i PDF, at det er et Udkast. Det er den PDF med tids- og datostempel, der skal underskrives og indsendes.

Den projektansvarlige samt den/de tegningsberettigede	Navn	Underskrift
Den projektansvarlige	Jane Baad Jensen	
1. Tegningsberettiget	-	
2. Tegningsberettiget	-	
3. Tegningsberettiget	-	
4. Tegningsberettiget	-	
5. Tegningsberettiget	-	
6. Tegningsberettiget	-	

