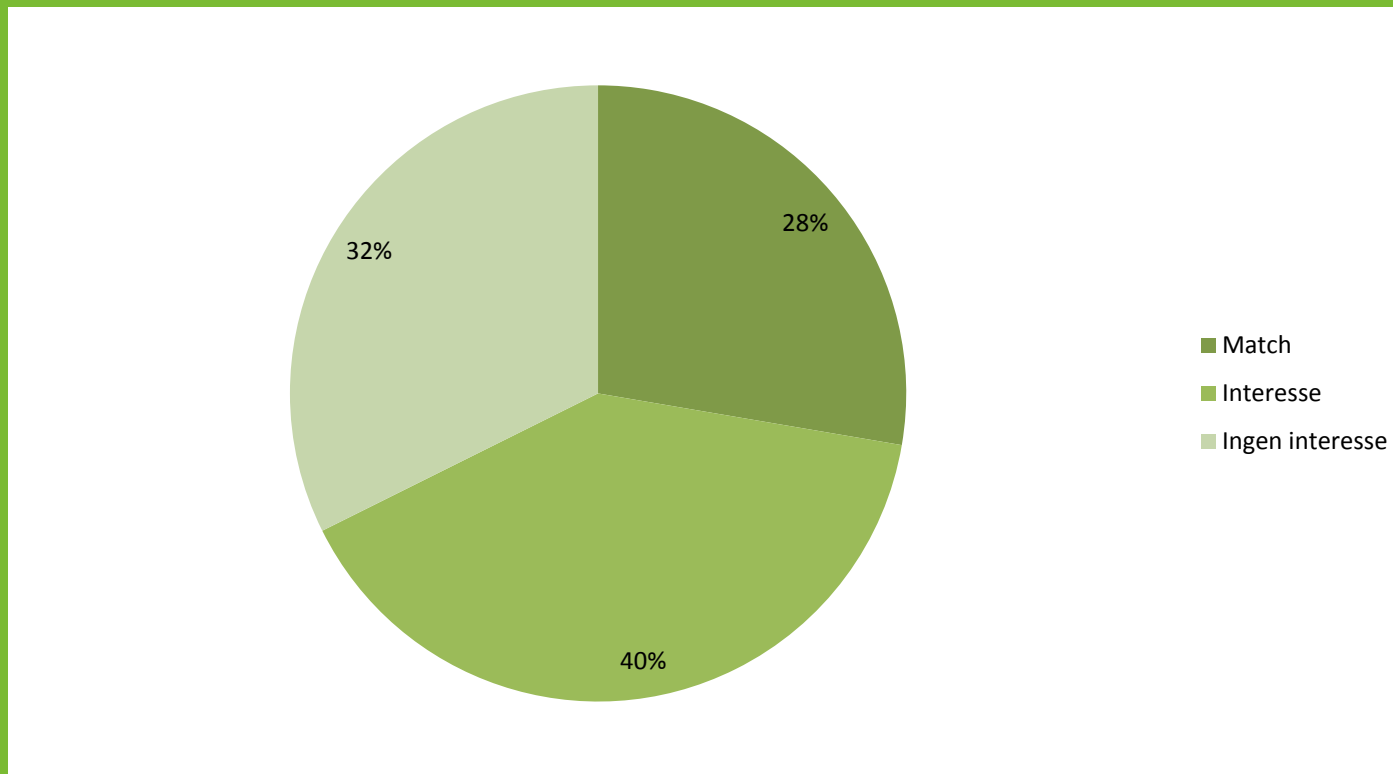




# Akademiker Kampagnen

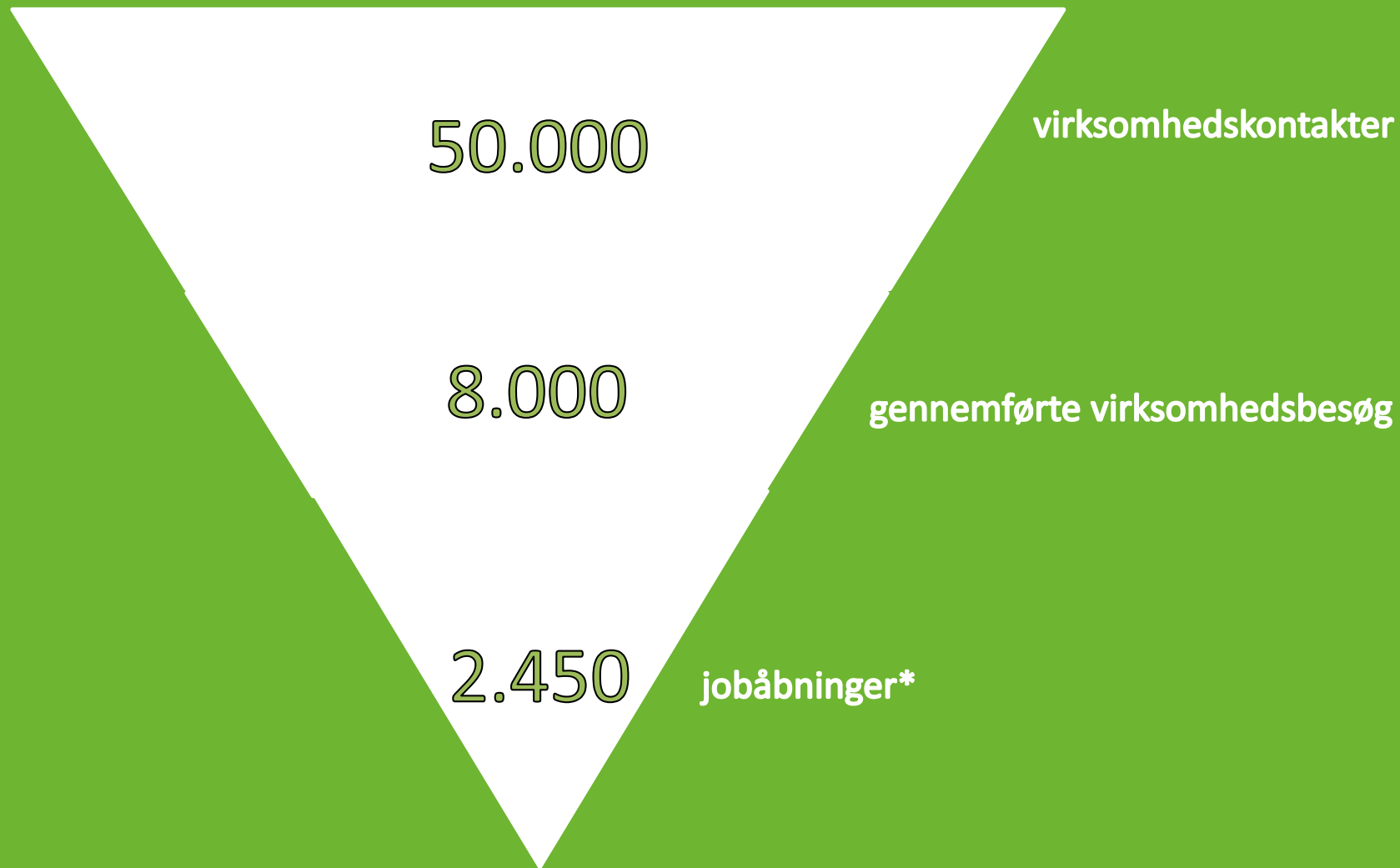
*Hvad har vi opnået?  
Resultater for 2012 - 2013*

# Match, interesse og ingen interesse i Akademikerkampagnen – hele DK



Note: Tallene er angivet i procent

# Phonerkampagnen skaber 2450 jobåbninger

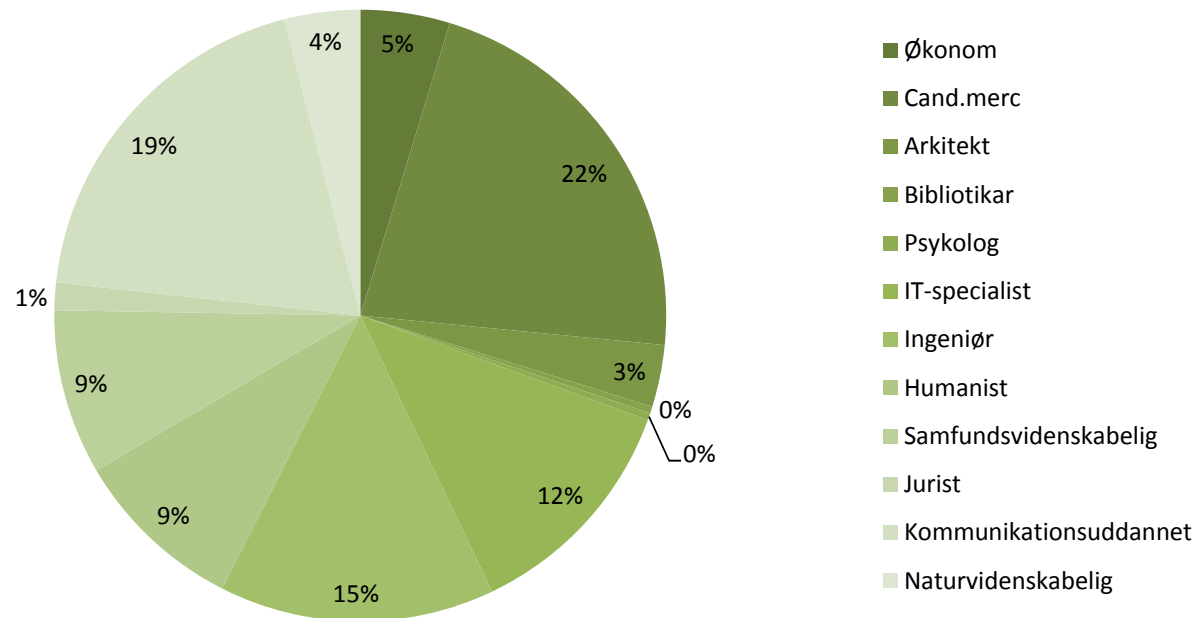


\* "jobåbninger" er defineret som de jobåbninger i en SMV, Akademikerkampagnen får til opgave at rekruttere kandidater til. Jobåbninger kan være ordinære job, privat løntilskud, privat virksomhedspraktik samt stillinger støttet gennem videnpilotordningen.

# Heraf 250 jobåbninger fra

- Virksomheder allerede i rekrutteringsproces med Akademikerkampagnen ved opbringning
- Jobåbninger skabt gennem Akademikerkampagnens events
- Jobåbninger matchet direkte gennem Akademikerkampagnens sekretariatet

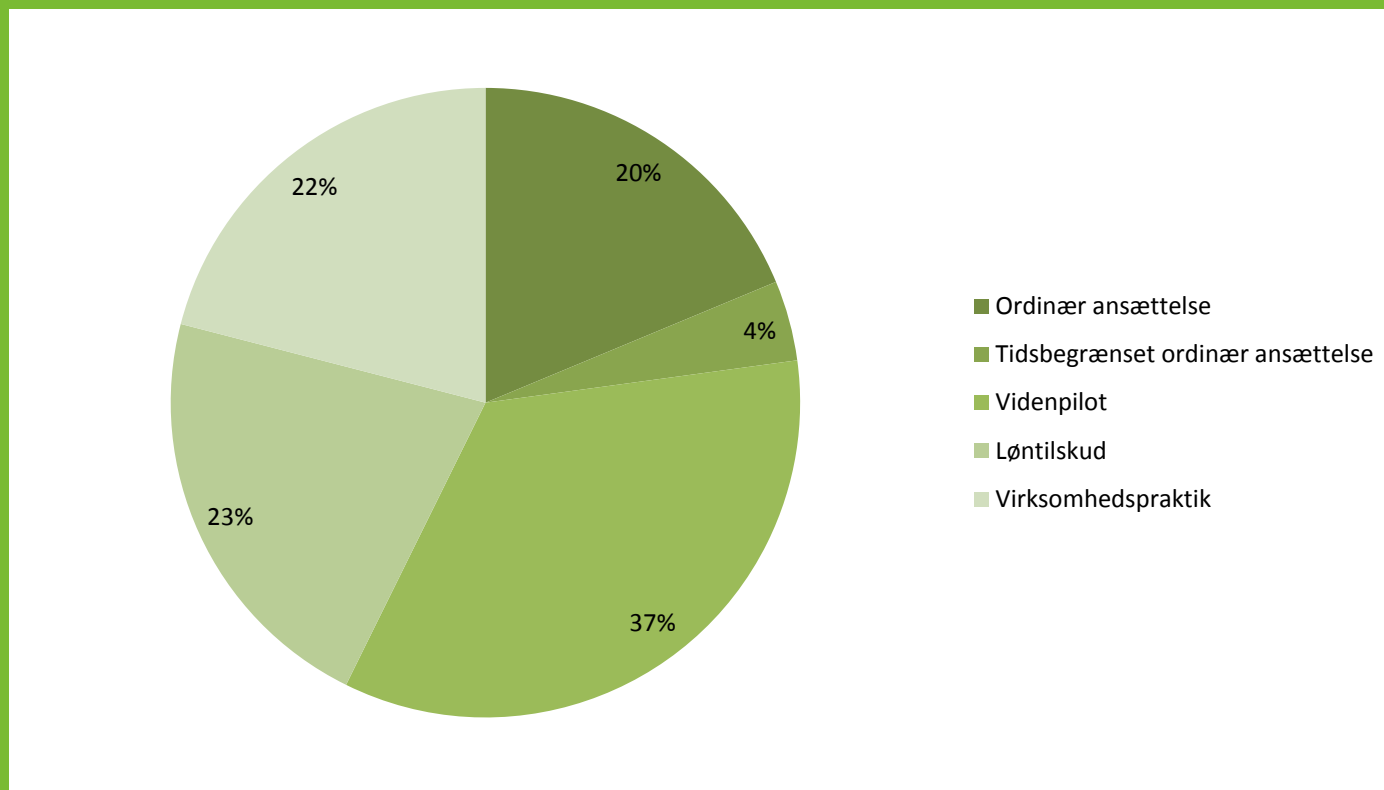
# Type uddannelsesretninger Akademikerkampagnen – hele DK



Note: Der er ikke oplyst ansættelser af bibliotekarer eller naturvidenskabelige akademikere i Beskæftigelsesregion Midtjylland. Angivet i procent. Kilde: AC's Akademikerkampagne database.

Tallene er angivet i procent

# Type ansættelser i Akademikerkampagnen hele DK



Note: Tallene er angivet i procent

# Nye tiltag og værktøjer der virker

- ✓ Samarbejde med jobcentre vedr. virksomhedsopsøgende indsats
- ✓ Styrket netværksdannelse på kontaktmøder, uddannelsesdage og takeoff møder
- ✓ Uddannelse for virksomhedskonsulenter – både i kampagnen og i samarbejde med LBR Kbh.
- ✓ Nye brancher: Hotel- og restauration og Engros- & detailhandel – god respons (33% og 23% møderespons)
- ✓ Konsulent- for-en-dag konceptet i Vejle
- ✓ Brede erhvervsnetværk i forbindelse med matcharrangementer såsom handelstandsforening i Vordingborg

# Så mange besøg førte til match

Andel af gennemførte besøg, hvor virksomheden har ansat eller agter at ansætte en akademikere efterfølgende – fordelt på brancher



Note: Brancherne landbrug, offentlig forvaltning og forsvar, råstofudvinding, private husholdninger med ansat hjælp samt ekstraterritoriale organisationer har så få observationer, at de er taget ud af dette skema.



# Hvad bruges akademikerne til?

Eksempler på stillingsindhold fra de gennemførte match i Akademikerkampagnen

Typisk efterspørger SMV-ejeren en akademiker til markedsføring, salg og kommunikation – gerne kombineret med mere branchespecifikke tillægskompetencer

*Eksempler på stillingsindhold fra atypiske akademikerbrancher:*

Engros og detailhandel

Økonomistyring  
Optimering af  
forretningsgange  
Impl. af ERP system  
Opstart af eksportmarkeder  
Online marketing og webshop

Bygge & Anlæg

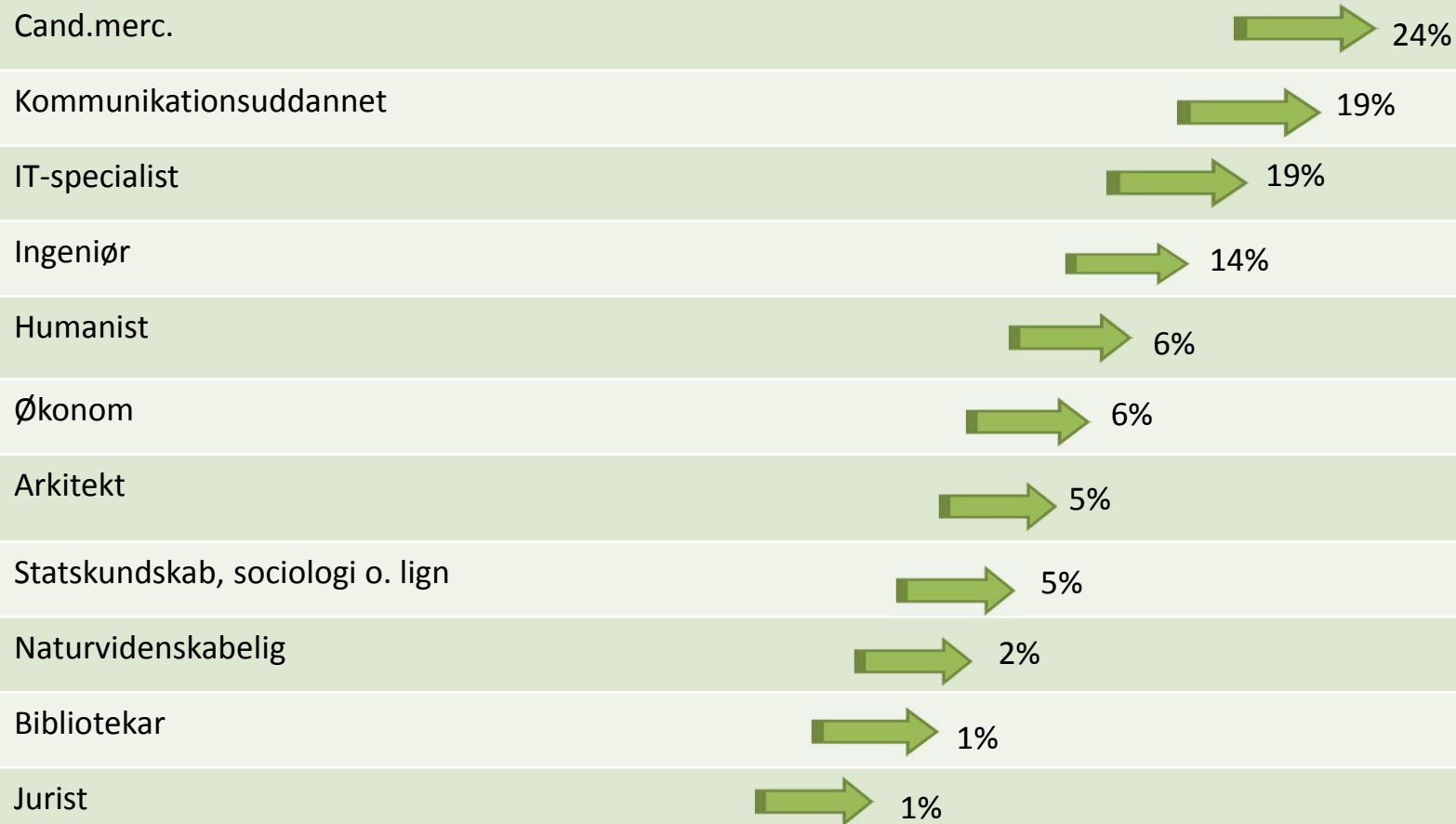
IT  
Markedsføring,  
tilbudsgivning  
Salg og kvalitetssikring  
Kundekontakt og  
energiberegninger

Landbrug, skovbrug og fiskeri

Sociale medier  
Web, salg & marketing og  
sprog (kombi)  
HR og Kommunikation  
(kombi)  
Agronom & sælger (kombi)

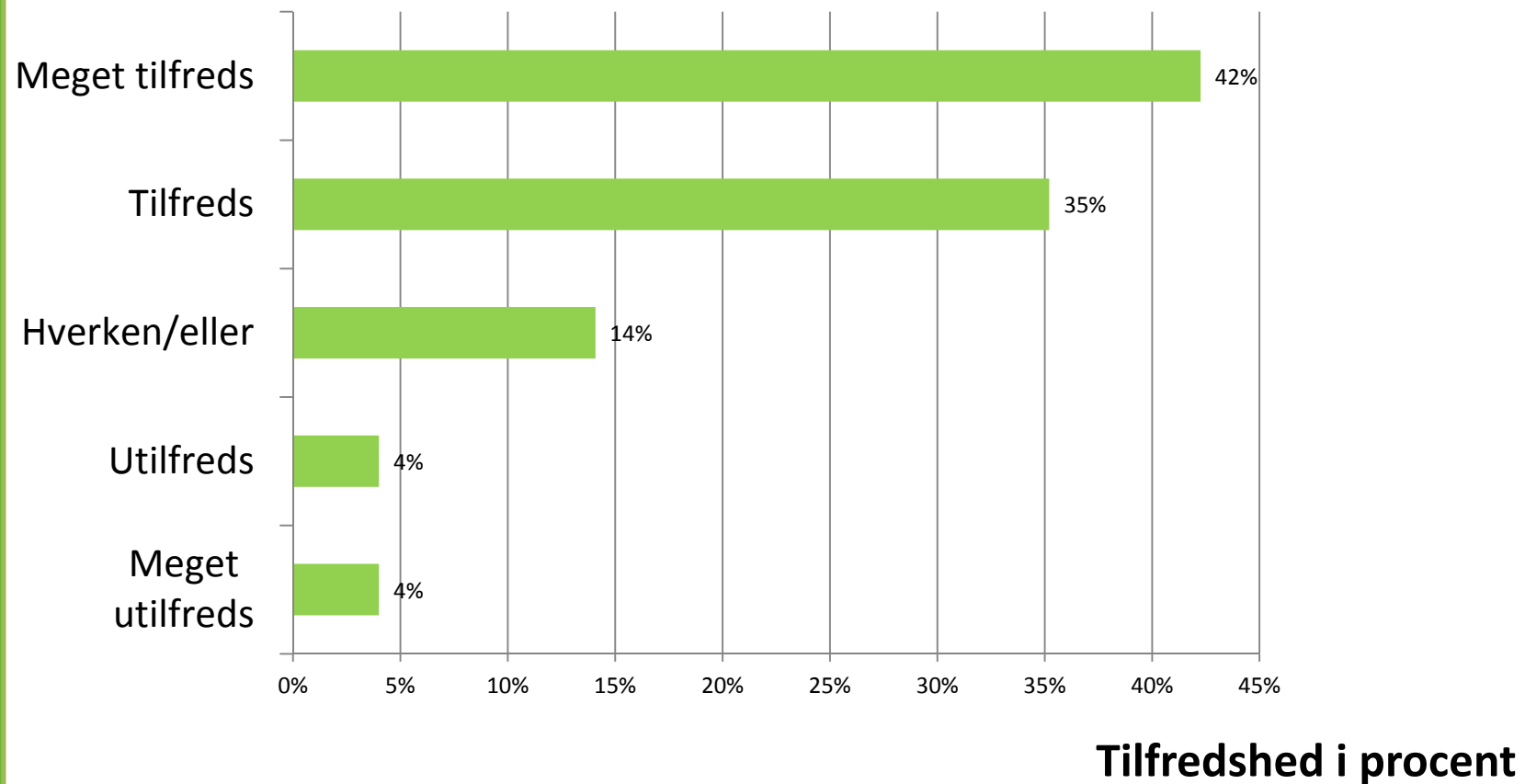
# SMV'er efterspørger mange forskellige typer akademikere

Uddannelsesbaggrund blandt de akademikere, som er matchet med virksomheder via Akademikerkampagnen



Note: Denne tabel er eksklusiv de match, hvor uddannelsesretningen er uoplyst.

# Så tilfredse var deltagerne på Akademikerkampagnens busture



Note: n=70

# Det sagde deltagerne om busturene

"Et pift til  
jobsøgningen"

Bustur til Sydhavsøerne

"Fik udvidet mit syn på, hvad  
højtuddannede kan i praksis.  
Spændende med indlægget  
om den kvindelige cand.mag.  
i musikvidenskab, der  
udnytter og udvikler sine  
kompetencer hos en  
elinstallatør. Alle tiders  
eftermiddag"

Bustur til Lemvig

"Turen gav en god mulighed for  
at tale med virksomheder,  
som jeg aldrig ville have fundet  
på nettet"

Bustur til Slagelse

"Fantastisk arrangement.  
Specielt interessen fra  
virksomhederne på Ærø  
var overvældende"

Bustur til Ærø

"En god måde at komme i  
kontakt med virksomheder"

Bustur til Slagelse

"Når jeg hørte  
virksomhederne fortælle  
om deres udfordringer,  
kunne jeg høre, jeg havde  
noget at tilbyde med min  
faglighed. De konkrete  
oplæg om  
virksomhedernes situation  
var meget nemmere at  
tænke videre ud fra end en  
liste med virksomheder,  
hvor jeg havde tænkt, jeg  
gerne ville arbejde"

Bustur til Vordingborg

# Opsummering

- ✓ Flere jobåbninger på sigt: 83 pct. af de besøgte virksomheder er nu mere positive for at ansætte en akademiker
- ✓ Akademikerne anvendes særligt til optimering af markedsføring, salg og kommunikation
- ✓ Mange jobåbninger skabt i atypiske akademikerbrancher. Stor geografisk spredning
- ✓ Nye innovative matchningsmetoder: Busture, speed-dating, konsulent-for-en-dag etc.

# Store samfundsgevinster af kampagnens arbejde

- En stigning i andelen af ansatte med uddannelse øger produktiviteten indenfor alle brancher (Vismændene, 2010)
- Konverteres en ufaglært med en akademiker, øges BNP med ca. 400.000 kr. (CEBR, 2010)
- Virksomheder som ansætter en videnpilot opnår en gennemsnitlig merfortjeneste på 1,1 mio. kr. (Videnskabsministeriet, 2010)
- I de små virksomheder, hvor der er en akademiker ansat, er der skabt ekstra job til 5,5 personer mod 0,4 personer i de virksomheder, der ikke har en akademiker ansat (Rambøll, 2004)

# Kampagnen laver match både i og udenfor vækstcentre

Andel match i vækstcentre: 44 %

- Heraf Hovedstaden: 34 %
- Heraf Østjylland:

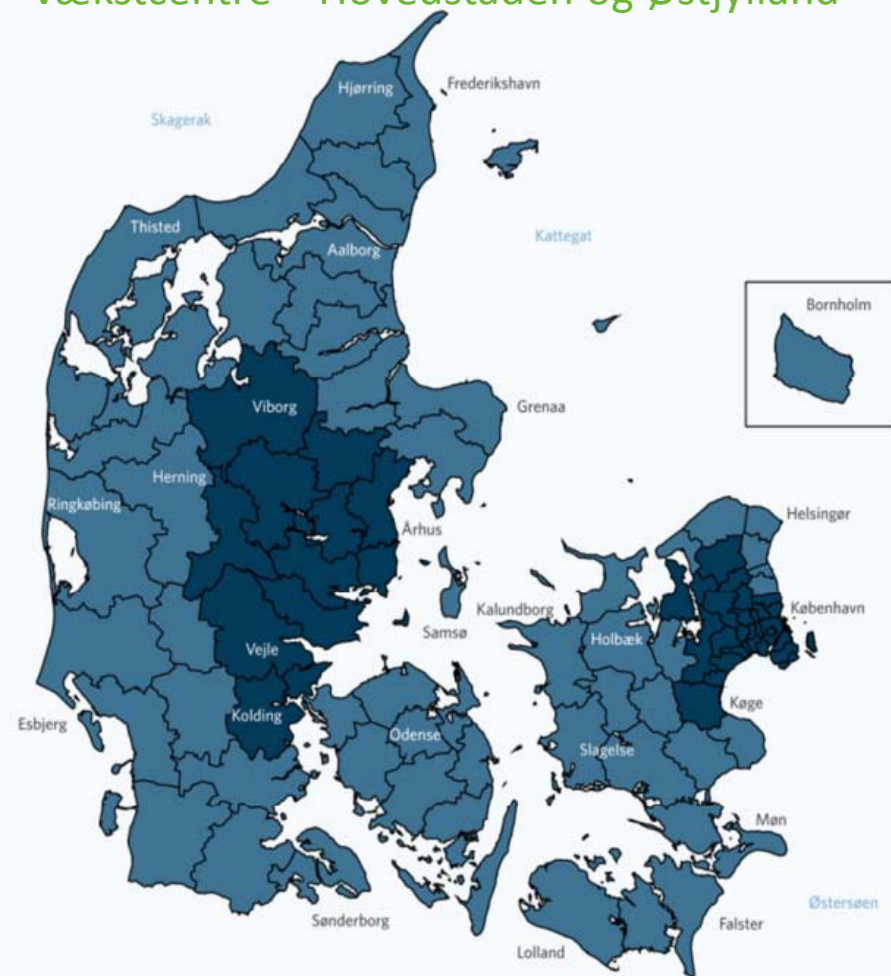
Andel match udenfor vækstcentre: 56 %

Andel af besøg i vækstcentre, der fører til match: 25 %

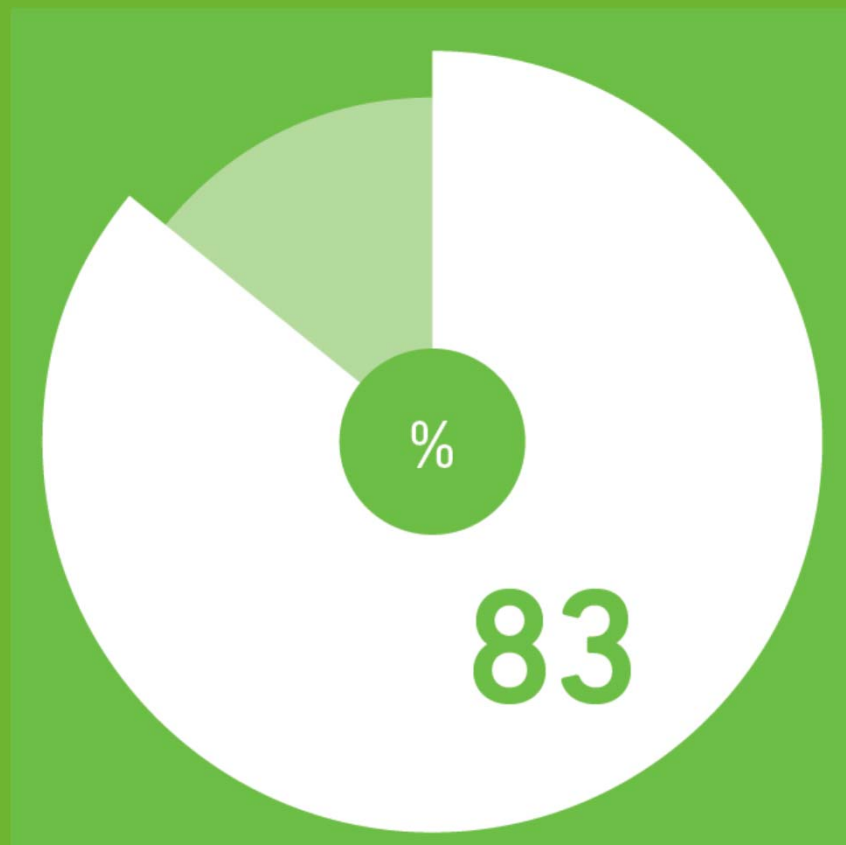
- København: 27 %
- Østjylland: 23 %

Andel af besøg udenfor vækstcentre, der fører til match: 25 %

## Vækstcentre – Hovedstaden og Østjylland



# Akademikerkampagnen nedbryder fordomme



83 % af de besøgte små og mellemstore virksomheder er blevet mere positive overfor at ansætte en akademiker i deres virksomhed efter det første møde med Akademikerkampagnen.