

Investering i videnløft i virksomhederne

Investering i videnløft i virksomhederne

Der investeres i et videnløft i virksomhederne via Akademikerkampagnens håndholdte indsats. Der afsættes 7 mio. kr. årligt til udvikling og drift i 2020-21 af Akademikerkampagnens arbejde med videnløft i mindre virksomheder på tværs af strukturelle og kulturelle barrierer på det danske arbejdsmarked.

Hvorfor dette forslag?

Det går rigtig godt i Danmark, ledigheden falder og beskæftigelsen stiger. Med en øget risiko for flaskehalse og mangel indenfor særlige områder – blandt visse faglærte og nogle grupper af højtuddannede – er det oplagt at få reserven af højtuddannede dimittender matchet virksomhedernes behov i produktion og forretning. Men mange virksomheder og mange højtuddannede kandidater kender stadig ikke til hinanden og har svært ved at navigere hos hinanden. Vi kan se, at udviklingen går i den rigtige retning, men stadig langsomt:

Med dette forslag skruer vi lidt op for tempoet, og det vil gavne dansk økonomi. Videnløft i mindre virksomheder virker og skaber vækst; Oxford Research har for IDA, DJØF og Akademikerne A-kasse i oktober 2018 spurgt over 300 virksomheder, hvad der har fået dem til at ansætte deres første akademiker – eller helt nye profiler. Virksomhederne fortæller, at årsagen primært er en prioritering af en strategisk vækstsatsning i forretningen og den kan også være en aflastning af andre medarbejdere.

Gennem mange år har Akademikerkampagnen oparbejdet en metode til identificering af uløste opgaver i de mindre virksomheder og match med højtuddannede – ofte på tværs af by og land. Kampagnen afklarer behov, bistår med at oversætte kompetencer til opgaver - og forkorter afstand.

I 2018 og 2019 viste kampagnens arbejde, at virksomhederne aktuelt har behov for hjælp bl.a. til IT-udvikling og IT-sikkerhed, til at navigere i markedet af udbudte uddannelsesprofiler og til at identificere ikke-faglærte opgaver, som faglærte nøglemedarbejdere bruger tid på i stedet for deres kerneopgaver.

I samme år har kampagnen identificeret en række særlige udfordringer og behov hos de højtuddannede ledige såsom at øge deres evne til at oversætte egne kompetencer til nye arbejdsmarkeder og virksomhedernes behov, behov for hjælp til sektorskift fra offentligt til privat og behov for korte kurser i forretningsudvikling og bundlinjefokus.

[Læs mere](#) →

Match er et svært håndværk, som kræver tillid og viden i mødet med virksomhederne, kendskab til kandidaternes kompetencer, en ramme som sikrer et godt match uanset virksomhedens beliggenhed og borgerens bopæl, samt en ramme for tværkommunalt og tværregionalt samarbejde om match mellem virksomheder og højtuddannede.

Derfor anbefales det, at bevillingen også finansierer:

- Udvikling af agil kompetenceudvikling af de offentlige aktører indenfor (hhv. erhvervsfremme- og) beskæftigelsesindsatsen, der i dag står for den offentlige opgave ift. match.
- Behov for ramme for det tværkommunale og -regionale samarbejde om match mellem virksomheder og højtuddannede.

Værd at vide om forslaget

Forslaget indebærer finansiering til følgende hovedspor:

- Match med fokus på uløste opgaver og strategisk vækstsatsning i SMV-segmentet med fokus på nye kompetencer til virksomheden
- Bistand til opgaveudredning og placering ved flaskehalse og eventuel mangelsituation i mindre virksomheder – substitution, øget rekrutteringsgrundlag og sikring af kerneleverancen
- Tværkommunal og tværregional ramme for samarbejdet om flere match på tværs af strukturelle og kulturelle barrierer i Danmark via øget geografisk og faglig mobilitet
- Udvikling og drift af program: "Fra offentlig til privat" (arbejdstitel)
- Udvikling og drift af to prædimittend-indsatser - på hhv. 5. semester og undervejs i overbygningen (placeres i dialog med universiteterne og de højere læreanstalter, men bør i videst muligt omfang placeres, før specialekontrakt indgås)
- Udvikling af agil kompetenceudvikling til konsulenter i erhvervsfremme- og beskæftigelsesindsatsen til udredning af højtspecialiserede opgaver og match med de mange forskellige profiler i markedet (550 kandidatprofiler og 400 bachelorprofiler).
- Konsulentbistand til udvikling af match-databaser landet over.

Der er aktuelt en evaluering i gang af trainee-ordningen hos alle hovedorganisationer, som forventes afsluttet til sommer/i sensommeren. Evalueringens resultater kan få betydning for forslaget.

Hvad koster det?

Det foreslås at afsætte 7 mio. kr. årligt til fortsættelse og udvikling af traineeordningen ved Akademikerkampagnen.
