



# karriere på kanten

udfold dit talent i Thy og på Mors

**Projektplan oktober 2014**

## Indholdsfortegnelse

<b>Derfor dette projekt!</b> .....	2
<b>Projektets baggrund</b> .....	2
<b>Projektets vision</b> .....	3
<b>Projektets indsatsområder</b> .....	4
<b>Projektets overordnede mål</b> .....	5
<b>Bosætnings- og brandingstrategi samt stedbundne potentialer</b> .....	5
<b>Projektets principper</b> .....	6
<b>Projektets organisering og aktører</b> .....	7
<b>Samarbejdspartnere</b> .....	8
<b>Ambassadører</b> .....	8
Interne ambassadører i virksomheder .....	8
<b>Møder i arbejdsgruppen</b> .....	9
<b>Aktørdag</b> .....	9
<b>Kommunikationsstrategi</b> .....	9
<b>Fyrtårne</b> .....	10
<b>Tidsramme</b> .....	10
<b>Økonomi</b> .....	10
<b>Projektets potentielle målgrupper</b> .....	11
Beskrivelse af målgrupperne .....	12
<b>Projektets primærmålgrupper</b> .....	15
<b>Aktivitetsplan for indsatsområde 1: Tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft</b> .....	17
Aktivitetsforslag til gruppen af nyuddannede .....	18
Aktivitetsforslag til gruppen af tilbageflyttere .....	22
Aktivitetsforslag til gruppen af ægtefæller.....	23
Aktivitetsforslag til de resterende målgrupper .....	24
<b>Aktivitetsplan for indsatsområde 2: Oprustning af virksomheder og uddannelses- institutioner</b> .....	24
Aktivitetsplan for indsatsområde 2 .....	26
<b>Indsatsområde 3: Fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft</b> .....	29
Aktivitetsplan for indsatsområde 3: Aktiviteter målrettet kvalificeret arbejdskraft .....	30

## Derfor dette projekt!

Thisted og Morsø Kommune har de samme udfordringer i forhold til faldende befolkningstal og lavt uddannelsesniveau, ligesom demografien også er en udfordring. Samtidig har begge kommuner også basis i sårbare primære erhverv som landbrug, fiskeri og produktion. Det er også karakteristisk, at der bor mange ældre og få unge i såvel Thy som på Mors. Blandt de unge er tendensen, at de flytter til de større byer for at få en uddannelse, og at kun få af de unge efterfølgende flytter retur.

På baggrund af ovenstående udfordringer i de to kommuner er der behov for udvikling af lokalsamfundene, økonomien og erhvervslivet. I både Thisted og Morsø kommune er der bred enighed om, at kvalificeret arbejdskraft kan være med til at skabe positiv udvikling i kommunerne. Begge kommuner har formuleret erhvervs politikker og -strategier, hvor udvikling og innovation er i højsædet. Der er derfor behov for et fokus på, hvordan det for det første er muligt at få trukket kvalificeret arbejdskraft til Thy og Mors for at arbejde og for det andet at få arbejdskraften til at bosætte sig lokalt.

## Projektets baggrund

I 2011 henvendte Karrierecentret ved Aalborg Universitet (AAU) sig til Det Lokale Beskæftigelsesråd i Thisted Kommune. Henvendelsen indeholdt en ansøgning om midler til i et samarbejde med Morsø Kommune at gennemføre en større undersøgelse af mulighederne for tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft blandt studerende, virksomheder, bosatte og pendlere. Undersøgelsen indeholdt en række spørgsmål, som skulle besvares: Hvad skal der til for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft, hvordan ser virksomhederne på dét at ansætte kvalificeret arbejdskraft, og hvilke forestillinger har studerende m.fl. om at bo og arbejde i Thy og på Mors.

Formålet med undersøgelsen var at få skabt et overblik over udfordringerne, ligesom undersøgelsen også skulle give et kvalificeret bud på, hvordan udfordringerne kunne imødekommes. Den endelige rapport med resultaterne af undersøgelsen skulle derefter ligge til grund for det videre udviklingsarbejde med tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft i de to kommuner. Ud over denne undersøgelse foreligger et speciale fra 2013, hvor to kommunikationsstuderende har udarbejdet et forslag til en mediestrategi for tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft i Thy og på Mors.

Resultaterne fra rapporten og specialet peger blandt andet på, at lokale virksomheders udfordringer med at tiltrække kvalificeret arbejdskraft samt arbejdskraftens manglende kendskab til lokale virksomheder skyldes, at lokale virksomheder og den kvalificerede arbejdskraft i udpræget grad benytter sig af forskellige medier.

Det seneste år har en arbejdsgruppe bestående af repræsentanter fra Thisted Kommune, Morsø Kommune, Thy Erhvervsforum, Morsø Erhvervsråd, Dansk Industri, Væksthus Nordjylland og Karrierecentret ved AAU arbejdet med at konkretisere anbefalingerne i rapporten og specialet. Hos Thy Erhvervsforum, Thisted Kommune og Morsø Kommune og er

der derfor på nuværende tidspunkt blevet afsat penge til at ansætte en projektleder over en 3-årig periode, som skal arbejde målrettet med tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft i de to kommuner.

I projektet vil betegnelsen kvalificeret arbejdskraft dække over en både faglærte og højtuddannede, som i varieret omfang efterspørges af lokale virksomheder. I afsnittet 'projektets målgrupper' identificeres en række potentielle målgrupper, og under disse vil virksomhedernes efterspørgsel efter arbejdskraft bidrage til at konkretisere aktiviteterne på de enkelte indsatsområder. På den måde vil virksomhedernes individuelle behov for specifik arbejdskraft bidrage til at definere de enkelte målgrupper på indsatsområderne om tiltrækning og fastholdelse af arbejdskraft.

Udfordringerne omkring tiltrækning og fastholdelse af arbejdskraft knytter an til både private, offentlige, regionale og statslige arbejdspladser. Derfor dækker projektets brug af betegnelsen virksomheder over alle typer af arbejdspladser i Thy og på Mors. De enkelte aktiviteter som præsenteres i aktivitetsplanen synliggør således også, at projektet bestræber sig på at matche kvalificeret arbejdskraft med alle typer af arbejdspladser i lokalområdet.

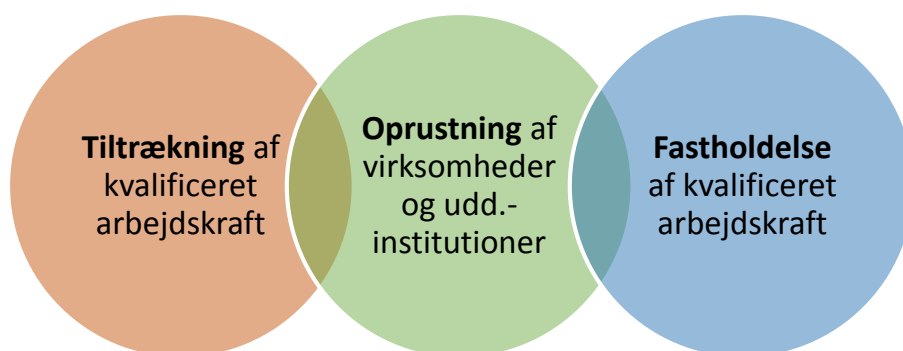
I juni 2014 afholdt projektet et kick-off arrangement på BILA A/S på Mors, hvor styregruppen og projektgruppen var samlet for at diskutere mulige indsatsområder og aktiviteter. På baggrund af dette forudgående arbejde foreligger nu en vision for det fremtidige arbejde med tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft i Thy og på Mors, som klarlægger målet for indsatsen i projektperioden.

### Projektets vision

- Projektet vil tiltrække kvalificeret arbejdskraft til Thy og Mors, med nye målrettede metoder mod konkrete målgrupper, så uddannelsesniveautet bliver højnet i området og vi sikrer et samlet kompetenceløft og dermed en positiv erhvervsudvikling i de to kommuner
- Projektet vil arbejde for, at Thisted og Morsø Kommune gennem nye bosætnings- og brandingstrategier gør Thy og Mors attraktive for den kvalificerede arbejdskraft.
- Gennem håndholdte indsatser skal kvalificeret arbejdskraft matches med virksomheder i lokalområdet.
- Projektet vil opruste virksomhederne i Thy og Mors til at rekruttere kvalificeret arbejdskraft og skabe nye jobs samt benytte de støttemuligheder, der findes på området.
- Projektet vil fokusere på at fastholde kvalificeret arbejdskraft i lokalområdet gennem tiltag med en række lokale aktører.

## Projektets indsatsområder

Rapportens resultater fra 2011 påpegede fire indsatsområder i forhold til at tiltrække og fastholde arbejdskraft i Thy og på Mors; tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft, tiltrækning af virksomheder, fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft, tiltrækning af virksomheder og fastholdelse af virksomheder. I dette projekt er det nærliggende at sammenfatte to af indsatsområderne; tiltrækning af virksomheder og fastholdelse af virksomheder, fordi aktiviteterne på disse to områder overlapper hinanden markant. Derfor vil aktiviteterne herfra blive sammenfattet under indsatsområdet 'oprustning af virksomheder og uddannelsesinstitutioner'. Vi har valgt at tilføje uddannelsesinstitutioner som en del af indsatsområdet omkring oprustning, fordi en specifik indsats over for uddannelsesinstitutioner kan bidrage til et tættere samarbejde med det lokale erhvervsliv. Formålet hermed er på den ene side at synliggøre lokale jobmuligheder for de unge i en tidligere alder, da indsatsen kan målrettes helt ned til folkeskoleniveau. Hermed sikres en tidlig indsats i forhold til at synliggøre det lokale erhvervsliv over for de unge og samtidig de karrieremuligheder, som findes lokalt. Projektets tre indsatsområder bliver derfor:



I forhold til den konkrete indsats for at tiltrække og fastholde arbejdskraft, er det nærliggende at målrette indsatsen i forhold til de forskellige typer af målgrupper, som projektet omfatter. Under hvert indsatsområde vil der blive tilføjet en række aktiviteter, hvilke beskrives yderligere i aktivitetsforslagene.

## Projektets overordnede mål

Med afsæt i projektets baggrund, vision og de tre indsatsområder vil projektets sigte være at opnå følgende overordnede mål i den treårige projektperiode. Målene skal betragtes som overordnede effektmål for de løbende aktiviteter, der iværksættes inden for de tre indsatsområder:

- Involvere 100 virksomheder
- Formidle 25 støtteordninger
- Uddanne 50 virksomhedsledere
- Understøtte rekrutteringen til 50 jobs
- Understøtte mere end 25 arrangementer med fokus på kvalificeret arbejdskraft
- Arbejde for en bosætnings- og brandingstrategi i Thisted og Morsø Kommune
- Etablere samarbejde mellem 5 lokale uddannelsesinstitutioner og lokale virksomheder

Målene skal indfries gennem aktiv deltagelse af en række aktører, som alle i et givent omfang vil bidrage til gennemførelsen af aktiviteter i projektet. De enkelte aktiviteter vil også omfatte aktivitetsmål, som bidrager til at fastholde en løbende udvikling inden for de enkelte aktiviteter og dermed også de tre indsatsområder.

## Bosætnings- og brandingstrategi samt stedbundne potentialer

Etableringen af en bosætnings- og brandingstrategi i de to kommuner kan ikke indfries gennem projektets aktiviteter, da beslutningerne herom er politiske. Bosætnings- og brandingstrategien er alligevel vigtig i forhold til at sikre en fremadrettet strategisk indsats for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft til lokalområdet, når dette projektforsløb afsluttes. Det er samtidig nærliggende at sammentænke en bosætnings- og brandingstrategi, fordi generel branding af de to kommuner er nødvendig for at gøre lokalområdet attraktivt for de målgrupper, der skal arbejdes med i projektet.

I forhold til branding udgør lokalrådets stedbundne potentialer som Nationalpark Thy, Jesperhus og Cold Hawaii også stærke brands, som bør medtænkes i brandingstrategien. En medtænkning af disse vil være ønskelig i forhold til branding af Thy og Mors internationalt, fordi de stedbundne potentialer kan være trækplastre i forhold til at tiltrække udenlandsk arbejdskraft. Også i forhold til at differentiere sig fra andre af landets kommuner, som på samme vis forsøger at tiltrække arbejdskraft, bør der ske en medtænkning af de stedbundne potentialer, som er specielle for lokalområdet.

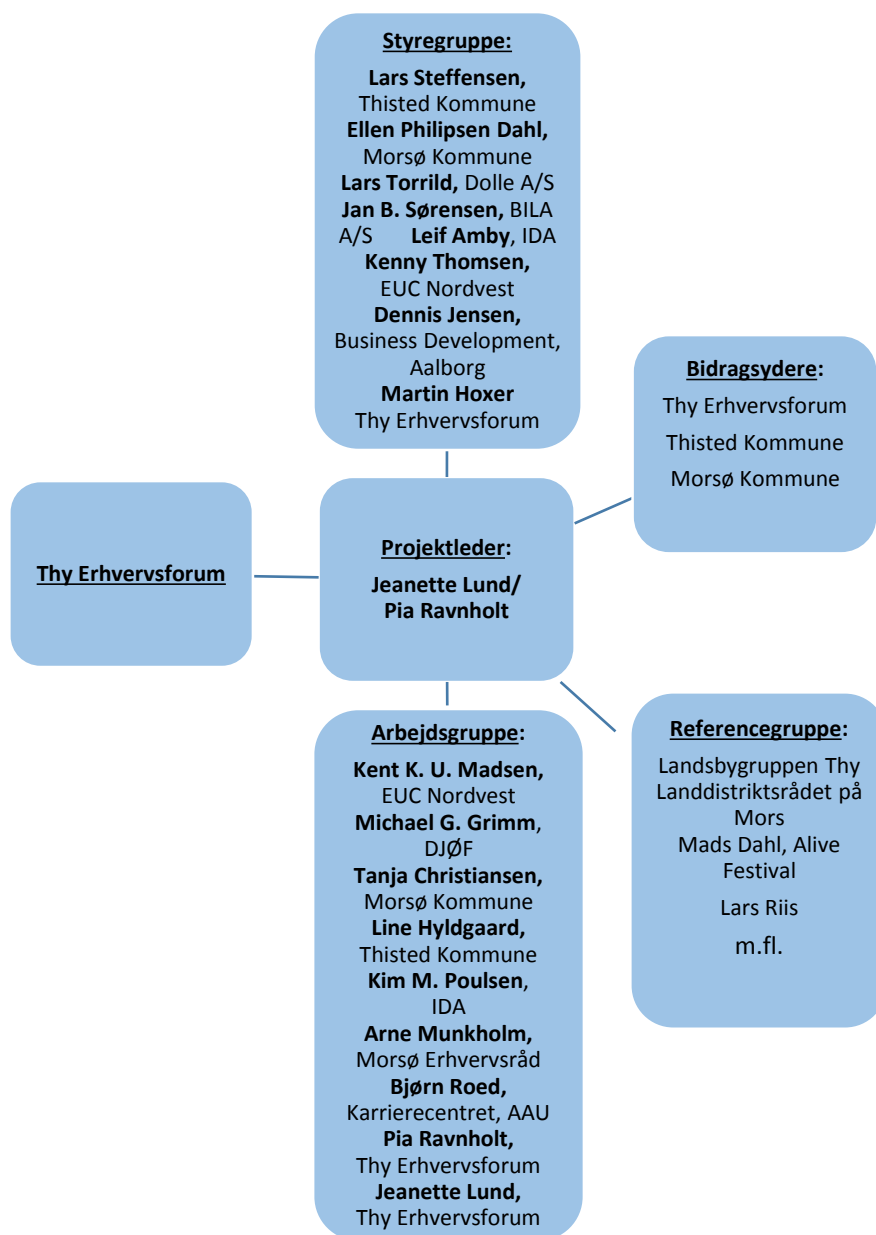
Samlet set vil en branding- og bosætningsstrategi være understøttende for hele viften af aktiviteter, som iværksættes som en del af dette projekt. Derfor vil der i projektets løbetid

også være fokus på at få synliggjort vigtigheden af, at der vedtages bosætnings- og brandingstrategier i begge kommuner.

### Projektets principper

- Projektet prioriterer at lave skræddersyede og håndholdte aktiviteter, som er meget målrettede. Projektet tror på det personlige møde og den varme markedsføring frem for masseudsendelser og kold markedsføring.
- Projektet skal gennem en række eksisterende aktører på området geare dem, understøtte og udfordre dem til at igangsætte og udvikle aktiviteter, der opfylder fælles mål om tiltrækning og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft.

## Projektets organisering og aktører



Projektet om tiltrækning og fastholdelse er iværksat på baggrund af Thisted og Morsø kommunes ønsker om at styrke erhvervsudviklingen i lokalområdet. Ansvar for projektet ligger derfor hos Thy Erhvervsforum, da organisationen netop har det som en strategisk prioritering, at "... udvikle og tiltrække kvalificeret arbejdskraft sammen med Thisted Kommune, områdets virksomheder, uddannelsesinstitutioner og andre aktører ud fra en sammenhængende bosætnings- og brandingstrategi for området". Derfor er projektlederen også fysisk placeret i Thy Erhvervsforum.



Styregruppen skal deltage i fastsættelsen af delmål og projektmål og beslutte, hvilke handlinger og aktiviteter der skal sættes på og hvornår. Gruppen består af repræsentanter fra lokale virksomheder, Morsø Kommune, Thisted Kommune samt en fra DI. Sammen med projektlederen skal styregruppen være den udførende kraft i forhold til at få gennemført forskellige aktiviteter, og derfor er styregruppen også medansvarlig for at prioritere vigtigheden af de enkelte aktiviteter på de tre indsatsområder. Styregruppen vil mødes to gange årligt og er medansvarlig for at udarbejde en midtvejsevaluering for en evaluering af projektet ultimo 2015.

Arbejdsgruppen og referencepersonerne vil blive tilknyttet alt efter behov i projektperioden, og består ligeledes af en række repræsentanter fra det lokale erhvervsliv, fagforeninger samt Thisted og Morsø kommuner.

### **Samarbejdspartnere**

Projektet er et udpræget samarbejdsprojekt, hvor visionen og de overordnede mål kun kan nås, hvis der samarbejdes bredt. Ud over samarbejdet med styregruppen og arbejdsgruppen samarbejder projektet for eksempel med fagforeninger, uddannelsesinstitutioner, virksomheder og andre interessenter, som støtter projektets ide.

### **Ambassadører**

I projektet ønsker vi at lokalisere ambassadører, der i et givent omfang kan bidrage til at sprede projektets budskaber. Her skal identificeres personer, som er villige til at brande vores egen i landets større byer. Unge med oprindelse i Thy eller Mors kan tænkes ind i rollen som ambassadører, og desuden kan unge med særlige interesser for Thy og Mors (f.eks. surfing, Alive Festival) ligeledes være interessante at medtænke i denne sammenhæng.

Det skal gøres prestigefyldt i at være ambassadør for Thy og Mors, og derfor vil det være oplagt at ambassadørerne udnævnes ved officielle arrangementer som f.eks. nytårskuren, generalforsamling, vækstkonferencen mv.

### **Nøglepersoner i virksomheder**

Projektet vil ligeledes arbejde på at identificere en række nøglepersoner i lokale virksomheder for at forankre ansvaret for projektets aktiviteter hos bestemte personer. Ideen hermed er at sikre en effektiv arbejdsproces, når de enkelte aktiviteter i projektet skal planlægges og gennemføres. Oplagte nøglepersoner er HR-medarbejdere i det omfang de findes. Forhåbentlig kan samarbejde omkring projektet bidrage til at få etableret netværk blandt nøglepersonerne, som gør det muligt at bibeholde og videreudvikle nogle af de aktiviteter, som iværksættes i projektperioden.

## Møder i arbejdsgruppen

Der afholdes temadage med arbejdsgruppen hver 6. måned. Formålet hermed er at give projektet ejerskab hos de forskellige parter i gruppen, og ligeledes skal temadagene generere nye idéer til aktiviteter målrettet forskellige målgrupper i projektet. På baggrund af ideudvekslingen er det ønsket, at arbejdsgruppen kan motiveres til indbyrdes at arbejde videre med udviklingen af idéerne.

## Aktørdag

januar planlægges en dag for aktørerne i projektet med det formål både at skabe begejstring for projektet samt at give de deltagende aktører ejerskab. Projektets succes afhænger af aktørernes interesse og velvillighed til at investere ressourcer i projektets løbende aktiviteter, fordi der er generel enighed om at aktørerne skal løfte ansvaret for de enkelte aktiviteter.

## Kommunikationsstrategi

Projektet består af mange delindsatser med hver deres målgruppe. For hver indsats der sættes i gang, udarbejdes der derfor en særlig kommunikationsplan for netop den indsats. Der vil blive benyttet mange forskellige medier løbende - særlig udvalgt og tilpasset målgrupperne i den enkelte indsats. Projektet skal desuden synliggøres gennem materiale som logo, roll-ups, visitkort mv., som også skal gøres tilgængelig for de virksomheder, der har interesse i projektet og derfor ønsker at brande det.

Det vurderes nøje, i hvilket omfang selve projektet har brug for selvstændige medier at kommunikere ud fra. Der bliver et vist behov for at synliggøre og formidle projektet, men indtil videre foreslås det, at dette sker igennem allerede eksisterende medier. Eksempler på disse medier er:

- Thy Erhvervsforums hjemmeside, hvor vi har en underside om projektet
- Facebook siden "Job og erhverv i Nordvestjylland", hvor virksomhederne formidler jobs
- Thy Erhvervsforums LinkedIn profil
- Thy Erhvervsforums nyhedsbrev

På sigt skal projektet formentlig have sin egen hjemmeside, der kan være omdrejningspunkt for kommunikationen.

Dertil skal den lokale og regionale presse bruges aktivt igennem hele projektperioden.

## Fyrtårne

Projektet vil arbejde for, at der skal etableres et fysisk sted i et eller flere af landets større byer med det formål at brande projektet. Thisted kommune har allerede nu adgang til et lokale på Aalborg Universitet, som for eksempel vil kunne bruges til formålet. De tidligere omtalte ambassadører får her medansvar for at medvirke at tiltrække studerende fra forskellige uddannelser.

Et alternativ hertil kunne være at etablere et fysisk miljø centralt i byerne og evt. samtænke projektet med caféer, butikker eller lignende.

## Tidsramme

Projektet løber fra 1. juli 2014 til 31. december 2016.

## Økonomi

Projektets økonomiske finansiering:

<b>Bidragssydere</b>	<b>Tilskud</b>
Thisted Kommune	150.000 kr. pr. år
Morsø Kommune	50.000 kr. pr. år
Thy Erhvervsforum	200.000 kr. pr. år
Lokale virksomheder	I alt 100.000 kr. pr. år

Punktet 'Lokale virksomheder' dækker over en finansieringsdel, som Thy Erhvervsforum forpligter sig til at skaffe hos lokale virksomheder. For beløbet vil virksomheder blive yderligere eksponeret ved bl.a. arrangementer og i markedsføringsmateriale samt fungere som foregangsvirksomheder for de mange øvrige virksomheder i Thy og på Mors.

Projektlederen vil samtidig søge ekstra midler ved både lokale og nationale fonde som f.eks. Vækstforum og LAG. I november 2014 sendes en ansøgning til Vækstforum med henblik på at rejse økonomiske midler til blandt andet aktiviteter, arrangementer, messedeltagelse og markedsføring.

### Projektets potentielle målgrupper

I forhold til at kunne optimere projektets indsats på de tre områder er det nødvendigt med en præcisering af, hvem den kvalificerede arbejdskraft er for at kunne målrette kommunikationen specifikt. På baggrund af SFI's undersøgelser på området er det lykkedes at identificere 6 grupper, som er potentielle primærmålgrupper for indsatsområde 1; tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft samt fastholdelse af arbejdskraften:

- Unge nyuddannede, hvor et job i lokalområdet kan kickstarte karrieren.
- Tilbageflyttere (gruppen er en undergruppe til unge nyuddannede)
- Yngre børnefamilier som ønsker en mere familievenlig bolig, nærhed til øvrig familie, trygge og naturlige omgivelser og et roligere hverdagsliv
- Lidt ældre etablerede, som søger karriereskifte og/eller miljøforandring
- Pendlere (gruppen er egentlig en undergruppe til de tre ovenstående grupper)
- Beta-beboere
- Udenlandsk arbejdskraft (målgruppen er ikke omfattet af SFI's rapport)
- Ægtefæller

## Beskrivelse af målgrupperne

Der kan laves en grov typeopdeling af de potentielle tilflyttere<sup>1</sup>:

- De unge nyuddannede, hvor et job i yderområdet kan kickstarte karrieren
- De yngre børnefamilier, som ønsker en mere familievenlig bolig, nærhed til øvrig familie, trygge og naturlige omgivelser og et roligere hverdagsliv.
- De lidt ældre etablerede, som søger karriereskifte og/eller miljøforandring

De tre typer skal forstås som idealtyper snarere end enkeltpersoner eller familier. Det vil sige, at de enkelte personer godt kan indgå i flere af typerne og kan trække på flere typer af motiver for deres bosætning.

**For unge nyuddannede** er det særligt muligheden for at få det første faste job i yderområderne, hvor de kan få erfaring, ansvar og alsidige arbejdsopgaver, der trækker dem ud af byen. Ofte er det specifikke tilflytningssted underordnet, og disse tilflyttere er også åbne over for muligheden for at flytte igen, hvis de vil skifte job på et tidspunkt. Denne type tilflyttere er ofte singler og er i midten af 20'erne og starten af 30'erne. I forhold til mere etablerede par eller familier er denne type særdeles fleksibel i forhold til at flytte til et yderområde. Jobbet har primær betydning -omgivelserne sekundær. Gruppen er meget mobil både til og fra et yderområde. Generelt fraflytter 33 % af de bosatte landkommunerne inden for 3 år og yderligere 7 % i de efterfølgende 3 år. 44 % fraflytter yderområderne inden for de første 3 år og 19 % i de efterfølgende 3 år.

Der er nogle forhold, som kan være kilde til frustration hos nogle af disse tilflyttere. Flere peger på, at udbuddet i land- og yderområder er noget mindre, både i form af kulturliv og i form af indkøbsmuligheder, spisesteder og caféer. Nogle tilkendegiver også, at grundlaget for at finde nye venner (ofte ligesindede og højtuddannede) er mindre, fordi gruppen af potentielle venner simpelthen er mindre. Transportmuligheder og muligheden for at være anonym er også nogle af de forhold, som tilflyttere fra denne gruppe kan savne.<sup>2</sup>

En delgruppe af de unge nyuddannede er potentielle **tilbageflyttere**, som ud over at have samme grundlæggende karakteristika som den ovenstående gruppe oprinder fra området og derved har kendskab og et netværk. Denne gruppe er særligt interessant at fokusere på, da de grundet deres kendskab og netværk allerede er en del af området og derved har større sandsynlighed for at blive boende i en længerevarende periode. CRT's analyser viser, at hvis kontakten med de unge fastholdes under uddannelse, og man giver dem mulighed for at vende tilbage efter endt uddannelse uden at påtvinge dem en tilbageflytning, men giver dem mulighed for at komme "hjem" og skabe noget (evt. kulturelle arrangementer eller lignende

---

<sup>1</sup> SFI rapport; Flytninger fra by til land og yderområder

<sup>2</sup> SFI rapport; Flytninger fra by til land og yderområder s. 113

som fx Alive festival) og bringe deres nye kompetencer i spil, vil der være større chance for, at de selv vælger at flytte tilbage og etablere sig i området. Samtidig viser Thisted og Morsø kommunes egen undersøgelse, at 66% af de studerende fra Thisted Kommune og 42% fra Morsø Kommune godt kunne overveje at bosætte sig i området efter endt uddannelse. Det er høje tal, som er værd at fokusere på i projektet.

**For yngre børnefamilier** er det også af stor betydning for deres beslutning om at flytte til et yderområde, at der er et job (helst til begge parter) i sigte. Samtidig har tilflytningsstedet for denne gruppe betydning, og til sammenligning med de unge nyuddannede vælger denne gruppe i højere grad yderområdet til. Yderområdet giver mulighed for at skifte lejlighed ud med hus og have, samtidig med at arbejdslivets rammer giver mere plads til familieliv. Herudover er det pågældende yderområde oftest bevidst udvalgt i forhold til tidligere tilknytning og nærhed til øvrig familie (stedstilknytning, kendskab, familie, tilbageflyttere, beta-beboere mm.). Ifølge SFI analysen optræder denne type af motiver oftest hos personer, som er i starten af 30'erne og har 1-2 børn. Det er den gruppe, der mest aktivt vælger stedet/omgivelserne til. Ud over jobmuligheder er det afgørende for flytningen, at der for det første er mulighed for at få et hus med have, og for det andet muligheden for at lade børnene vokse op i et lille, trygt miljø tæt på naturen. Ud over forældrenes muligheder på jobmarkedet er børnenes trivsel i yderområdet af stor betydning.

Børnefamilier, der er flyttet fra en bykommune til land- og yderkommuner<sup>3</sup>, bliver i højere grad boende, end de unge nyuddannede gør. I løbet af det første år flytter ca. 7 % af de personer med børn, der er flyttet til en landkommune, væk fra landkommunerne igen. Efter tre år er knap 20 % og efter seks år er knap 25 % fraflyttet landkommunerne. Det betyder omvendt, at en relativt høj andel af tilflyttere med børn bliver boende i en landkommune. Efter seks år er det således hele 74,6 % af tilflyttere med børn, der fortsat bor i en landkommune. Blandt tilflyttere fra bykommuner til yderkommuner er det de samme tendenser, der gør sig gældende. Dog er det generelt færre af tilflytterne, der forbliver bosat i en yderkommune. Mangler et eksakt tal fra yderområder??

Gruppen af nyuddannede børnefamilier savner ofte bylivet, særligt bystemningen, dels udbuddet og dels nærheden til venner og veninder og dels muligheden for at være anonym.

**De lidt ældre etablerede** har allerede erfaring fra arbejdsmarkedet og søger, at udfordringer på karrierefrenten i højere grad end hidtil kan harmonere med deres ønsker til bosted. Det er afgørende for disse tilflyttere, at jobbet er spændende og passer til deres faglige profil, men der er samtidig tale om et ønske om et skifte; både fra den tidligere arbejdsplads, men også fra den tidligere bopæl i et større byområde. Typen kan, ifølge SFI rapporten, både være single

---

<sup>3</sup> Baseret på data om tilflyttere fra 2004

og med familie, men er oftest over fyrré år. Selve yderområdets lokalisering i forhold til øvrig familie såvel som dets naturrigdom er hos den type mere i fokus end hos de unge nyuddannede. De lidt ældre etablerede er i begge tilfælde udtryk for en "mellemkategori", der afbalancerer karriere ønsker og ønsker for bostedet. Det kan både være et ønske om at skifte spor i karrierelivet der motiverer til flytningen, et ønske om at skabe en roligere hverdag og et ønske om at komme ud i et andet miljø, tættere på naturen og i til et mindre lokalsamfund. Det er i nogle tilfælde kombinationen af nogle særlige karrieremuligheder og ønsker om at drosle ned på en travl hverdag i et hektisk bymiljø, der trækker dem ud i de mere rolige yderområder.

Personer i denne gruppe, der flyttede til en yderkommune, er den af de tre grupper, der er mest tilbøjelige til at blive boende i en yderkommune. SFI rapportens undersøgelser viser at efter 6 år er der 66 % af tilflyttere fra denne gruppe, der fortsat bor i en yderkommune.

Det er nogle anderledes udfordringer og muligheder, denne gruppe af tilflyttere har end tilflyttere med børn. Ligesom de unge nyuddannede skal denne gruppe af tilflyttere i højere grad gøre en indsats for at skabe sig et nyt netværk. Netværk gennem jobbet spiller en stor rolle for denne gruppe.

En sidste gruppe, der kræver særligt fokus er **pendlere**. Pendlere findes i alle aldersgrupper og livsfaser, derfor kan der i forhold til behov og ønsker hentes inspiration fra den af de tre ovenstående typer, som den pågældende pendler hører ind under set i forhold til alder og livsfase. Gruppen af pendlere er særlig interessante fordi de har kendskab til området og som minimum et netværk gennem arbejdet, hvilket giver dem et godt grundlag for at kunne etablere sig fast i området. Her kan et fokus på ægtefælle jobs være en vigtig prioritering.

Gruppen af **betabeboere** er også oplagt at fokusere på i projektets aktivitetsforslag. Gruppen er karakteriseret ved, at de kommer et til et givent sted flere gange og har en bestemt tilknytning hertil. Klitmøller er et godt eksempel på en by med betabeboere, fordi personer med interesse for surfing vender tilbage til byen og Vesterhavet for at dyrke deres interesser. Betabeboerne i fx Klitmøller har nu også mulighed for at kombinere arbejde og fritidsinteresse i kontorfællesskaberne Matchmakingzone og Starfish. Herudover tiltrækker kulturevents som Alive festival, Thy Rock, Limfjordsteatret, Kulturmødet og PWA World Cup i Cold Hawaii også mange til Thy og Mors. Derfor bør disse lokale tiltag udnyttes strategisk i forhold til at få betabeboere til at blive beboere i området.

**Kvalificeret udenlandsk arbejdskraft** er en potentiel målgruppe i projektet, fordi lokale virksomheder kan søge kvalificeret arbejdskraft i udlandet. Allerede nu har nogle lokale virksomheder udenlandsk arbejdskraft, og projektet vil kunne understøtte denne udvikling. Øget fokus på import af kvalificeret arbejdskraft vil kunne bidrage til at løse nogle af de

udfordringer, som lokale virksomheder oplever i forhold til rekruttering af bestemte faggrupper.

**Ægtefæller** er en anden potentiel målgruppe i projektet, fordi ægtefæller har afgørende indflydelse på både tiltrækningen og fastholdelsen af kvalificeret arbejdskraft i lokalområdet. Derfor bør målgruppen medtænkes i indsatserne over for de tidligere beskrevne målgrupper.

### Projektets primærmålgrupper

I forhold til aktiviteter på **indsatsområde 1; tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft** står det klart, at allerede iværksatte tiltag med fokus på dette indsatsområde primært er centreret omkring målgruppen af unge nyuddannede og undergruppen af tilbageflyttere.

Indsatsen over for denne specifikke målgruppe skal ses i lyset af Thisted Kommunes samarbejde med Karrierecentret ved Aalborg Universitet, som blev indledt i 2011. Aftalen har betydet, at der er etableret nogle tilbagevendende aktiviteter som Tour de Thy/Mors og deltagelsen ved Karrieredagene i Aalborg. Iværksatte aktiviteter som følge af samarbejdsaftalen i perioden 2011-2014 vil blive fastholdt som aktiviteter i dette projekts treårige løbetid. Derfor vil grupperne nyuddannede og tilbageflyttere også forblive primærmålgrupper i hele projektperioden.

Indsatsen over for målgruppen understøttes yderligere af en interessentaftale indgået mellem Thy Erhvervsforum og Karrierecenteret i august 2014. Karrierecentret har iværksat projektet "Mindre virksomhed, Større indflydelse", hvis fokus er at optimere grundlaget for samarbejde mellem højtuddannede og små/mellemstore virksomheder i Nordjylland. Med interessentaftalen støtter Thy Erhvervsforum op om projektet, og samtidig tilbydes Aalborg Universitet en netværksrolle i dette projekt. Karrierecentret ved AAU bliver derfor en af dette projektets potentielle ressourcer, som med deltagelse i konkrete tiltag kan bidrage til bygge bro mellem universitetet og det lokale erhvervsliv i Thy og på Mors.

Herunder vil gruppen af ægtefæller også blive en primærmålgruppe i forhold til at tiltrække kvalificeret arbejdskraft. På tværs af de forskellige målgrupper vil det være aktuelt at arbejde med ægtefæller som en primærmålgruppe, fordi en målrettet indsats over for denne gruppe har afgørende betydning for den kvalificerede arbejdskrafts motivation og lyst til at bosætte sig lokalt i Thy eller på Mors.

Pendlere, ældre etablerede, udenlandsk arbejdskraft og yngre børnefamilier vil indledningsvist ikke blive prioriterede som primærmålgrupper, da det er uklart, hvilken indsats det specifikt kræver at nå ud til disse. Ønsket er dog, at målgrupperne opprioriteres i takt med projektets udvikling. Derfor vil det være relevant at undersøge, hvordan andre kommuner konkret har arbejdet med tiltrækning og fastholdelse af disse målgrupper for herigennem at finde inspiration til, hvordan konkrete aktiviteter i dette projekt kan tilrettelægges for at nå ud til målgrupperne.



I forhold til **indsatsområde 2; oprustning af virksomheder** er målgruppen lokale virksomheder i Thy og på Mors. Både store og mellemstore virksomheder i området er oplagte at målrette aktiviteterne til, fordi det typisk er større virksomheder som efterspørger kvalificeret arbejdskraft. Herudover er det nærliggende at arbejde med små virksomheder som målgruppe, fordi en række tilskudsordninger muligvis kan gøre det attraktivt for små virksomheder at få tilknyttet vidensmedarbejdere tilknyttet virksomhederne i kortere eller længere perioder.

Under **indsatsområde 3; Fastholdelse af arbejdskraft** er pendlere en oplagt målgruppe at arbejde med på sigt, fordi målgruppen allerede har en tilknytning til Thy eller Mors i form af beskæftigelse. Herudover kan der under dette indsatsområde tilføjes gruppen af ægtefæller/samlevere, fordi bosætning i Thy og på Mors forudsætter, at den kvalificerede arbejdskrafts familie kan motiveres til at bosætte sig lokalt. Derfor bør der over for denne gruppe iværksættes aktiviteter, der kan sikre en helhedsorienteret indsats, når kvalificeret arbejdskraft skal fastholdes i Thy og på Mors.

## Aktivetsplan for indsatsområde 1: Tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft

Formålet med dette indsatsområde er, at få kvalificeret arbejdskraft til at søge jobs i Thy og på Mors. Det overordnede mål for dette indsatsområde er derfor:

At matche målgruppen med lokale virksomheder

Målet gælder for alle aktiviteter, der iværksættes over for alle målgrupper i projektperioden. Indledningsvist er aktivitetsforslagene henvendt til primærmålgruppen; unge nyuddannede og tilbageflyttere, og derfor er indsatsområdets delmål på nuværende tidspunkt også målrettet denne gruppe. Som en vigtig del af indsatsen for at tiltrække kvalificeret arbejdskraft bør der også tilrettelægges konkrete tiltag med fokus på ægtefæller. Hermed vil projektet forsøge at sikre en tidlig helhedsorienteret indsats med det sigte at gøre det attraktivt for både den kvalificerede arbejdskraft og ægtefæller til at bosætte sig lokalt.

Delmålene vil blive suppleret yderligere i takt med, at indsatsen over for de øvrige målgrupper iværksættes.

I forhold til tiltrækning af målgruppen nyuddannede og tilbageflyttere er der en række udfordringer, som projektet med fordel vil rette fokus på. En af problematikkerne omkring dét at matche arbejdskraften med lokale virksomheder er, at studerende og højtuddannedes medievalg adskiller sig fra de medier, som lokale virksomheder i Thy og på Mors foretrækker at bruge. Projektet bør derfor fokusere på at gøre virksomhedsoplysninger og jobopslag lettilgængelige for målgruppen online for herved at øge sandsynligheden for eksponering.

En anden større udfordring i Thy og på Mors er at tiltrække bestemte faggrupper som for eksempel programmører, ingeniører, læger og tandlæger. Kommunerne lider for eksempel under, at antallet af praktiserende læger i området er faldende, hvilket har betydet, at flere lokale lægepraksisser har et langt højere antal patienter end overenskomsten foreskriver. Desuden er det lykkedes i Region Nordjylland at øge den gennemsnitlige tilbagetrækningsalder for praktiserende læger fra 62 år til over 65 år for at dække behovet for praktiserende læger i yderområderne<sup>4</sup>.

I projektet er det derfor aktuelt at iværksætte en række aktiviteter med det formål at understøtte udviklingen af samarbejder mellem studerende og for eksempel praktiserende læger i Thy og på Mors, for herigennem på sigt at vende den negative tendens inden for brancher, hvor efterspørgslen på arbejdskraft er stor.

Derfor kan der med udgangspunkt i primærmålgruppen; nyuddannede og tilbageflyttere opstilles følgende delmål for indsatsområde 1:

---

<sup>4</sup> Baseret på informationer fra Lægeforeningens hjemmeside

- 1: At øge tilgængeligheden af jobs for målgruppen via online rekruttering
- 2: At matche 15-20 programmører/medicinstuderende/ tandlægestuderende/ ingeniører med lokale læger/tandlæger/virksomheder
3. At fokusere på ægtefællejobs

#### Aktivitetsforslag til gruppen af nyuddannede

<b>Tour de Thy/Tour de Mors</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Bustur til lokalområderne for studerende ved AAU  Aktiviteten indfrier delmål 1	Dagsarrangement. Planlægges én gang årligt – i 2014 er datoen d. 4 november  Arrangementet evalueres og videreudvikles i projektet. Konceptet skal muligvis gøres mere håndholdt fremover	Karrierecenteret, AAU. Thisted Kommune Morsø Kommune Lokale virksomheder i Thy og på Mors	2015: 23 deltagende virksomheder. Morsø skal deltage i Tour de Mors  (2013: 20 virksomheder fra Thy)	Deltagelse ved virksomhedsdating koster 250 kr. pr. virksomhed
<b>Karrieremessen AAU</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Dagsarrangement. Branding af virksomheder og jobmuligheder i Thy og på Mors  Aktiviteten indfrier delmål 1	Planlægges én gang årligt. I 2015 er datoen fastsat til 3. marts	Karrierecenteret, AAU. Thisted Kommune Morsø Kommune Lokale virksomheder i Thy og på Mors	2016: At få 5 lokale virksomheder at deltage på messen  (I 2015: netIP, Cimbria, Revision Limfjord)	
<b>Personligt fremmøde på AAU med virksomheder</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Virksomheder får mulighed for at opsøge studerende fra bestemte uddannelser  Aktiviteten indfrier delmål 1	Kan planlægges løbende i projektfasen	Karrierecenteret, AAU Thisted Kommune Lokale virksomheder Thy EF	2015: Besøg på AAU med 2 lokale virksomheder	Forplejning Kørsel

<b>DJØF bus</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Bustur for Djøf studerende  Aktiviteten indfrier delmål 3	Dagsarrangement	Djøf Studerende/ dimittender Lokale virksomheder Thisted Kommune Morsø Kommune	At matche djøfer med lokale virksomheder	Bustransport Forplejning
<b>Fokus på at tiltrække læger og lægestuderende til Thy og Mors</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Der skal udarbejdes en plan for, hvordan Thy og Mors kan tiltrække praktiserende læger og hvordan vi kan fastholde de lægestuderende, der er kommer til Sygehus Thy-Mors En mulighed kan være at fortælle de positive historier fra Sygehus Thy-Mors  Aktiviteten indfrier delmål 1+3	Der skal nedsættes en arbejdsgruppe med relevante parter	Sygehus Thy-Mors Medicin-uddannelsen, AAU Region Nordjylland(?) Den almindelige Dansk Lægeforening (DADL) Praktiserende Lægers Organisation (PLO) Lokale læger i Thy og på Mors	Forår 2015: Kortlægning af nuværende samarbejde/problemstillinger på området  Efterår 2015: konkrete aktiviteter	
<b>Fokus på at tiltrække tandlæger til Thy og Mors</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Der skal udarbejdes en plan for, hvordan Thy og Mors kan tiltrække tandlæger til området  Aktiviteten indfrier delmål 1+3	Der skal nedsættes en arbejdsgruppe med relevante parter	Lokale tandlæger Tandlægeskolen Århus Tandlægeforeningen De offentlige tandlæger Nordjysk Tandlægeforening	Forår 2015: Kortlægning af nuværende samarbejde/problemstillinger på området  Efterår 2015: Konkrete aktiviteter	

<b>Samarbejde med Maskinmesterskolen i Århus</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Der forsøges at etablere et samarbejde med Maskinmesterskolen i Århus  Indfrier delmål 1+3				
<b>Specifikke match arrangementer</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Arrangementer/ Virksomhedsbesøg for bestemte uddannelser, f.eks. ingeniører  Aktiviteten indfrier delmål 1+3	Kan arrangeres på baggrund af virksomhedernes behov	AAU Lokale uddannelsesinstitutioner Lokale virksomheder Studerende	2015: At gennemføre et match arrangement på baggrund af erfaringerne fra Tour de Thy 2014	Transport Forplejning
<b>Mentorordninger</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Studerende kobles til mentorer fra lokale virksomheder. Kan både etableres på gymnasialt niveau (talentarbejdet) og på universiteter  Indfrier delmål 1+3	Kan arrangeres løbende	Medarbejdere fra lokale virksomheder Uddannelsesinstitutioner Fagforeninger	Der etableres min. 10 mentorordninger pr. år fra og med 2015	Tansport
<b>UddannelsesKaravanen Thisted Gymnasium</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Branding af arbejdspladser i Thy og på Mors for gymnasie-elever og HTX  Aktiviteten indfrier delmål 1	Dagsarrangementet	Thisted Kommune Lokale virksomheder Thisted Gymnasium	2015: deltagelse af 2 lokale virksomheder + 1 iværksætter  (2014: 1 virksomhed + 1 iværksætter)	750 kr. pr. virksomhed Forplejning

<b>Online platform med oplysninger/jobopslag fra lokale virksomheder</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
<p>Allerede eksisterende medier skal bruges strategisk til formidling af lokale jobs/virksomhedsoplysninger</p> <p>Aktiviteten indfrier delmål 2</p>		Lokale virksomheder Thy EF	2014: Kortlægning af relevante medier på Thy og Mors	Vedligeholdelse/opdateringer af medierne
<b>Lokale kulturevents som løftestang for tiltrækning og fastholdelse</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
<p>Thy og Mors har en række kulturevents hvert år. Projektet skal undersøge, disse kan støtte op om projektets formål og aktiviteter. Ideen er at skabe kontakt med arrangørerne og med afsæt i deres viden målrette konkrete aktiviteter for at tiltrække arbejdskraft</p>	2015-2017	<p>Arrangører af f.eks. Thy Rock Alive Festival Surfjoint Love Surf Festival World Cup Skaldyrsfestival Kultur mødet Dampmøllen (andre aktører fra "nattelivet")</p>	Projektets mål skal indarbejdes i mindst 5 større events i projektperioden	Mødeaktivitet
<b>Lokalt incubatorhus i Thisted</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
<p>Der er ansøgt om finansiering af incubatorhus i Thisted med fokus på innovation og iværksætterier blandt unge studerende. Placeringen vil blive udd. miljøet i Thisted</p>	<p>2015-2017</p> <p>Projektets skoler skal udarbejde entreprenørskabsbarometer i 2015, 2016 og sidste gang i 2017.</p>	<p>Bl.a. lokale Uddannelsesinstitutioner. Ansøgeren er Aalborg Handelsskole. Der ansøges om incubatorhuse i Hjørring, Aalborg og Thisted</p>		

### Aktivitetforslag til gruppen af tilbageflyttere

I projektet bør der sættes på at tiltrække gruppen af tilbageflyttere, da resultaterne fra Thisted og Morsø kommunes egen undersøgelse viser, at en stor del af denne målgruppe vil overveje at bosætte sig i lokalområdet efter endt uddannelse.

<b>Samlet plan for arbejdet med tilbageflyttere</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Der er potentiale i arbejdet med tilbageflyttere. Der skal udarbejdes en plan for, hvordan der systematisk kan arbejdes med "at holde fast" i udflytterne – og invitere dem hjem igen. Der skal f.eks. arbejdes med, at unge lærer virksomhederne bedre at kende, mens de bor her. Det kan f.eks. ske gennem mentorordninger. Unge fra gymnasiernes talenthold kobles med virksomheder	Planen udarbejdes i 2014 og aktiviteterne gennemføres i resten af projektperioden	Lokale uddannelsesinstitutioner		

### Aktivitetsforslag til gruppen af ægtefæller

Med hensyn til gruppen af ægtefæller kan det være aktuelt at iværksætte tiltag med fokus på blandt andet mulighederne for iværksætteri i Thy og på Mors. Samtidig er det nærliggende at fremhæve kontorfællesskaber i lokalområdet. Disse giver tilflyttere mulighed for at komme ud og arbejde og samtidig etablere et sociale netværk i lokalområdet.

<b>Ægtefællejobs</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Løbende - ved ansættelse af kvalificeret arbejdskraft i Thy og på Mors  Indfrier delmål 2	Et antal medarbejdere fra lokale virksomheder udgør kontaktpersoner på en ringeliste, som kan kontaktes ved behov for ægtefællejobs	Bred variation af medarbejdere fra kommunale institutioner og private virksomheder. Gerne personer med brede sociale netværk i lokalområdet	Forår 2015: kontaktpersoner findes til ringelisten, som herefter sendes ud til virksomheder.	
<b>Iværksætterrådgivning</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Iværksætteri kan være et alternativ for ægtefæller, der ikke kan finde jobs lokalt. Derfor kan der ydes iværksætterrådgivning, så ægtefæller har mulighed for at bevare jobs inden for deres branche  Aktiviteten indfrier delmål 2	Løbende - ved ansættelse af kvalificeret arbejdskraft	Thy EF Lokale iværksættere	Imødekomme behovet for	12 gratis rådgivningstimer. Herefter egenbetaling
<b>Dagsarrangement for betabeboere og deres ægtefæller</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Betabeboere returnerer til lokalområdet. Derfor kan der med fordel arrangeres tiltag for denne gruppe+ deres ægtefæller	Løbende	Virksomheder Borgerforeninger Kommunerne Matchmaking Zone Klitmøller og Starfish i Klitmøller		



## Aktivitetsforslag til de resterende målgrupper

Yngre børnefamilier, ældre etablerede, pendlere og udenlandsk arbejdskraft:

Samlet plan for arbejdet med øvrige målgrupper i indsatsområde 1				
Beskrivelse	Tidshorisont	Aktører	Aktivitetsmål	Økonomi
For hver af de udpegede målgrupper skal udarbejdes en plan for, hvordan vi arbejder med dem	Planerne udarbejdes primo 2015 og aktiviteterne gennemføres i resten af projektperioden			

## Aktivitetsplan for indsatsområde 2: Oprustning af virksomheder og uddannelses- institutioner

Dette indsatsområde omhandler en række aktiviteter, der kan understøtte lokale virksomheder i både at tiltrække kvalificeret arbejdskraft og efterfølgende at fastholde medarbejderne. Virksomhederne skal først og fremmest gøres bevidste om de fordele og den merværdi, som kvalificeret arbejdskraft kan bidrage med for hermed at gøre virksomheder interesserede i at ansætte kvalificeret arbejdskraft. Til dette formål findes en række tilbud som praktikker, projektsamarbejde, tilskudsordninger mv., som muliggør kortere eller længere samarbejdsforløb mellem den kvalificerede arbejdskraft og virksomheder. Indsatsen omfatter derfor, at lokale virksomheder skal have kendskab til samarbejdsmulighederne.

Hernæst bør virksomheder være opmærksomme på paletten af medier, når de ønsker at rekruttere kvalificeret arbejdskraft. Udfordringen for lokale virksomheder er i denne sammenhæng at etablere sig på de sociale medier, hvor det giver mening i forhold til at kunne nå ud til den kvalificerede arbejdskraft. Derfor vil indsatsen inden for dette område også omfatte dét at øge virksomhedernes kendskab til sociale medier og det potentiale, som online medier giver i forhold til rekruttering.

Samtidig skal der inden for dette område fokuseres på at opruste lokale uddannelsesinstitutioner til at fremme samarbejdet med erhvervslivet, så lokalområdets unge på et tidligere stadie bliver bevidste om karrieremulighederne i Thy og på Mors. Projektet vil arbejde for, at der allerede på folkeskoleniveau etableres et tættere samarbejde mellem eleverne og virksomhederne, hvilket kan ske igennem f.eks. samarbejdsforløb og virksomhedsbesøg. Derfor skal der etableres et tættere samarbejde mellem skoleledelsen, lærere, uddannelsesvejledere på de forskellige uddannelser og aktører fra erhvervslivet.

Det overordnede mål for indsatsområdet er derfor:

At informere lokale virksomheder om potentialet ved kvalificeret arbejdskraft og opruste virksomheder til at rekruttere og fastholde kvalificeret arbejdskraft

At etablere et samarbejde med lokalområdet uddannelser og virksomheder gennem netværk, der også etableres på folkeskoleniveau

Endelig omfatter indsatsområdet dét at styrke lokale virksomheder i fortsat at fastholde kvalificeret arbejdskraft i virksomhederne. Med øget fokus på en række forhold som f.eks. videreuddannelse af ledere og mellemlidere, faglig sparring og familiære behov kan virksomheder øge sandsynligheden for at fastholde den kvalificerede arbejdskraft. Herunder bør virksomhederne være opmærksomme på, hvilken af de seks identificerede målgrupper arbejdskraften tilhører, således at medarbejdernes behov og ønsker tilgodeses.

Delmålene for indsatsområdet er derfor:

1. At formidle de gode historier om akademikere i lokale virksomheder
2. At give lokale virksomheder viden om rekrutteringsmuligheder
3. At give lokale virksomheder viden om mulige støtteordninger og muligheder for samarbejde med studerende og kvalificeret arbejdskraft
4. At ruste virksomhederne til at kunne fastholde kvalificeret arbejdskraft
5. At etablere samarbejdsforløb mellem bestemte klassetrin i folkeskolen og lokale virksomheder
6. At opruste lærere, uddannelsesvejledere m.fl. til at inddrage lokale virksomheder i tilrettelagte undervisningsforløb

## Aktivitetsplan for indsatsområde 2

Gode historier fra virksomheder				
Beskrivelse	Tidshorisont	Aktører	Aktivitetsmål	Økonomi
<p>Formidling af medarbejdernes arbejdsopgaver og virksomhedsledernes gevinst af kvalificeret arbejdskraft</p> <p>Aktiviteten indfrier delmål 1</p>	Løbende i hele projektperioden	<p>En lang række aktører, har lavet råmateriale. F.eks. "Følg din natur", "Mod stjernerne" og akademikerkampagnen</p> <p>Herudover indsamler vi selv data til historier, som både rummer medarbejdernes og ledernes oplevelser med kvalificeret arbejdskraft</p>	<p>2015: De gode historier bringes i 5 nyhedsbreve fra Thy EF</p> <p>Der arbejdes også med at få de gode historier bragt i lokale medier samt få dem fortalt til relevante møder</p>	
Online rekruttering af medarbejdere				
Beskrivelse	Tidshorisont	Aktører	Aktivitetsmål	Økonomi
<p>Opkvalificere virksomhederne i rekruttering. Det kan være brugen af online medier samt andre nye rekrutteringsformer.</p> <p>På baggrund af kursusaktiviteten udarbejdes en guide til virksomhederne i online rekruttering</p> <p>Aktiviteten indfrier delmål 2</p>	<p>2014: 1. kursusforløb</p> <p>2015: 2 kursusforløb</p>	<p>EUC</p> <p>Lokale virksomheder</p> <p>Fagforeninger</p>	<p>2015: Etablering af tilbud samt gennemførelse af kursusforløb for minimum 1 hold</p>	
Samarbejdsordninger				
Beskrivelse	Tidshorisont	Aktører	Aktivitetsmål	Økonomi
<p>Synliggørelse af samarbejdsmuligheder med arbejdskraften. Herunder InnoBooster, løntilskud, praktik.</p> <p>Der identificeres 15 virksomheder som vurderes parate og som indsatsen målrettes (Bjarne Brodersens hjælp)</p> <p>Indfrier delmål 3</p>	2015-2016	<p>Uddannelsesinstitutioner</p> <p>Lokale virksomheder</p>	<p>2015: 20 stk. møder og etablering af 5 samarbejder</p>	

<b>Efteruddannelse (AAU, EUC, VUC Thy-Mors)</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Tilbud om efteruddannelse Til virksomhedsledere og mellemedere  Aktiviteten indfrier delmål 4	Tilbuddene oprettes løbende i projektfasen	AAU EUC Nordvest VUC Thy-Mors	2015: Oprettelse eller videreformidling af to tilbud om efteruddannelse målrettet virksomhedsledere/ Mellemedere i lokale virksomheder	
<b>Undersøge behovet for arbejdskraft</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Undersøge de lokale virksomheders behov for arbejdskraft. Resultaterne udgør grundlaget for de fremadrettede aktiviteter ift. specifikke faggrupper, f.eks. ingeniører	Indledende undersøgelse i 2015 af lokale virksomheders behov for kvalificeret Arbejdskraft.	Thy EF Lokale virksomheder	At identificere de vigtigste faggrupper, der skal laves indsatser for	
<b>Service til virksomheder</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Hvad kan projektet bidrage med til virksomheder? Der udarbejdes en liste over, hvad virksomhederne får ud af at være med.  Co-branding?				
<b>Udbrede unges kendskab til lokale jobmuligheder</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Lokale unge skal langt tidligere informeres om jobmuligheder – allerede i folkeskolen kan der iværksættes aktiviteter i samarbejde med		Folkeskoler Gymnasiale uddannelser Lokale virksomheder		

lokale virksomheder				
<b>Matche lokale udd. Institutioner og virksomheder ift. talentarbejde</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Gymnasierne i Thisted og Nykøbing har talentarbejde, hvor det er oplagt at koble eleverne med lokale virksomheder.		Lokalområdets gymnasiale uddannelser Virksomheder		

### Indsatsområde 3: Fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft

Indsatsområdet handler om at fastholde den kvalificerede arbejdskraft i Thy og på Mors, som allerede er i job i lokalområdet. Pendlere vil i denne sammenhæng være en oplagt målgruppe at arbejde mere målrettet med at påvirke, fordi gruppen af pendlere i forvejen har en arbejdsmæssig tilknytning til lokalområdet.

Målet for dette indsatsområde er derfor:

At informere arbejdskraften om fordelene ved at bosætte sig lokalt i Thy og på Mors

Dét at informere den kvalificerede arbejdskraft om de specifikke fordele ved at bo i lokalområdet betyder, at der skal iværksættes en indsats overfor udvalgte målgrupper for at synliggøre f.eks. muligheden for attraktive boliger i lokalområdet, kulturelle arrangementer som f.eks. Thy Rock, Alive Festival, Cold Hawaii World Cup, aktiviteter og muligheder i Nationalpark Thy. I det hele taget skal pendlere og andre målgrupper gøres opmærksomme på alle fordelene ved at flytte her til området, hvor nærhed og sammenhold skaber grobund for sociale arrangementer og et lokalt foreningsliv.

Der skal fokuseres på, hvordan højtuddannede gennem netværk med ligesindede og lokalt foreningsliv kan fastholdes i job og i området, og samtidig skal der gøres opmærksom på mulighederne for iværksætteri, som kan være et alternativ for ægtefæller/samleverere, som kan have svært ved at finde jobs lokalt.

Derfor er delmålene på dette område, at:

- 1: Brande Thy og Mors som områder, hvor det er rart at leve og bo
- 2: Informere om mulighederne for iværksætteri
- 3: Synliggøre eksisterende netværk overfor kvalificeret arbejdskraft

Aktivitetsplan for indsatsområde 3: Aktiviteter målrettet kvalificeret arbejdskraft

<b>Iværksætterhus</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Der er ansøgt om økonomiske midler til etablering af et iværksætterhus med placering i Hanstholm. Et muligt tilbud til ægtefæller mv. Huset skal fungere som et udslningshus til gavn for lokale iværksættere		Thy EF Innovathy Brønderslev Erhverv		
<b>Matchmakingzonen Klitmøller</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Kontorfællesskab i Klitmøller, hos det er muligt at leje en arbejdsplads				
<b>Fokus på netværk til at fastholde arbejdskraften</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Kortlægning og etablering af kontakt til eksisterende netværk i Thy og på Mors. Målet er at afklare, om der er netværk nok eller skal etableres ny(e) og at tage kontakt til eksisterende netværk for at høre, hvordan de kan bidrage til arbejdet med fastholdelse				

<b>Fokus på netværk til at fastholde arbejdskraften</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Aktiviteten indfrier delmål 3	2015-2016	Netværk Nordvest  F.eks. Junior Chamber, Rotary, Ladies Circle mv.		Udgifter til mødeafholdelse
<b>Modtagelse af nye borgere og pendlere</b>				
<b>Beskrivelse</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Aktører</b>	<b>Aktivitetsmål</b>	<b>Økonomi</b>
Det betyder meget, hvordan man bliver modtaget, når man flytter til Thy og Mors – eller overvejer det. Derfor skal der arbejdes med, hvordan vi bedst muligt tager imod nye tilflyttere og der kan evt. arbejdes med pendlere som en særlig målgruppe  Aktiviteten indfrier delmål 1+2+3		Landsbygruppen Thy Landdistriktsrådet på Mors Foreninger i Thy og på Mors Velkomstcentret på Mors		