

AKADEMIKERE HJÆLPER VIRKSOMHEDER MED DEN GRØNNE OG DIGITALE OMSTILLING

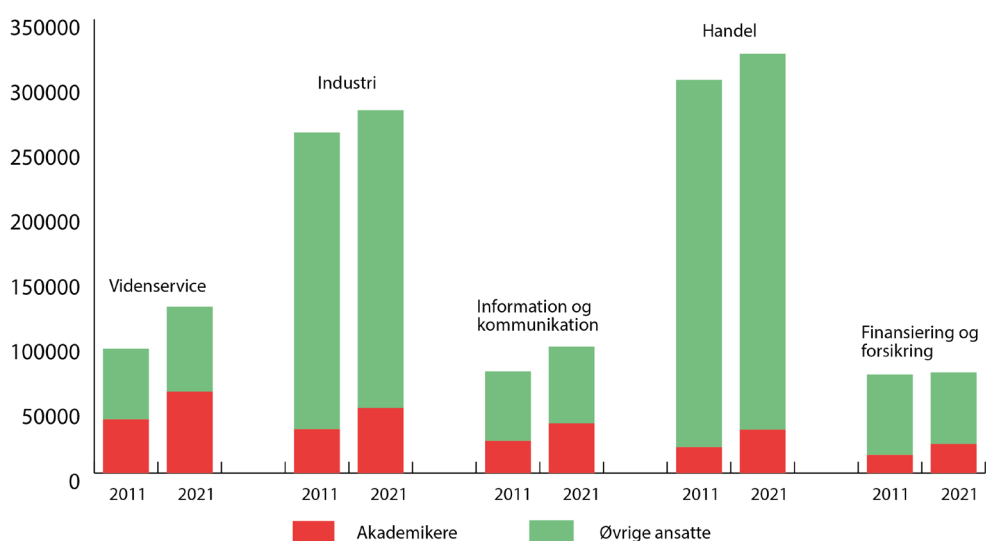


Akademikerkampagnen er en del af Akademikerne. Akademikerne er hovedorganisation og repræsenterer ca. 464.800 højtuddannede i Danmark.



I dette hæfte kan du læse flere historier om, hvordan akademikere hjælper virksomheder i gang med den grønne og digitale omstilling. Hæftet bruges dagligt af Akademikerkampagnens konsulenter i dialogen med virksomheder for at konkretisere de mange forskellige arbejdsopgaver, akademikere løfter i mange forskellige brancher, landet over, hver dag.

AKADEMIKERE BLIVER I HØJERE GRAD ANSAT I NYE BRANCHER



Kilde: Særkørsel foretaget af Danmarks Statistik for Akademikerne
OBS: Figur og tabel indeholder tal for det opregnede antal fuldtidsbeskæftigede lønmodtagere. Tallene er opgjort i 2. kvartal i hhv. 2011 og 2021.

Den grønne omstilling og digitaliseringen er kommet for at blive. Det stiller krav til os alle. Ny opgaveløsning og ny viden skal i spil. Det gælder virksomhederne, store som små, og medarbejdere på alle arbejdspladser. Men for især mindre virksomheder kan det være svært at overkomme opgaven alene eller at finde de medarbejdere med nye kompetencer og metoder, som er centrale for at komme godt videre ad den grønne eller digitale vej.

Denne pjece bruger Akademikerkampagnen i sit opsøgende virksomhedsarbejde. Den indeholder konkrete eksempler fra mindre virksomheder, som er blevet hjulpet på vej ved at tilføre af ny akademisk viden. Vi håber at bidrage til at udvide synet på rekruttering i en tid med stor arbejdskraft efterspørgsel og mangel på mange typer af arbejdskraft. Det er afgørende for både den enkelte virksomhed og for vores lands evne til fortsat at tiltrække kunder og ordrer, at vi bliver bedre til at se bredere på kompetencebehovene. Rejsen starter med, at vi bliver klogere på, hvilke konkrete grønne og digitale opgaver, der skal løses i virksomheden og på arbejdspladsen.

Jeg håber, at du ved at læse disse konkrete historier både får aha-oplevelser og vigtig ny viden om, hvordan vi løser de vigtige samfundsudfordringer, som den grønne omstilling og den digitale transformation er svarene på.

- Lisbeth Lintz



Forord af
Lisbeth Lintz

Formand for
Akademikerne

Akademikerne er hovedorganisation for 28 faglige organisationer, der organiserer akademisk uddannede i Danmark. Akademikerne er partipolitisk uafhængig. Akademikerne blev oprettet i 1972.

KÆRE VIRKSOMHED...

Højtuddannede finder i stigende grad job i de private virksomheder, hvor de i samarbejde med virksomhedens ledelse og øvrige medarbejdere skaber vækst. Det er dokumenteret, at virksomheder, som har mange højtuddannede ansat, har den højeste vækst – også på længere sigt.

I dag møder vi alle et marked med stadig større kompleksitet. Det kræver ofte tilførsel af ny viden og nye metoder, når man som virksomhed skal være klar til at møde globale forandringer og omstillingskrav særligt i forhold til bæredygtighed og digitalisering.

Alligevel er der mange små og mellemstore virksomheder, der kun har få eller slet ingen akademikere ansat. Ofte fordi det er svært at finde tid til at tænke udover den daglige drift og umiddelbare håndtering af de globale krisefaktorer. Derfor hjælper Akademikerkampagnen virksomheder med at afklare, om en højtuddannet er vejen mod større omstillingsevne og forandringsparathed. Vi fokuserer på de konkrete opgaver, din virksomhed skal have løst, og finder kvalificerede kandidater med kompetencer, der matcher din virksomheds opgaver og potentiale.

Ansættelsen af akademikere kan bl.a. sætte skub i den bæredygtige omstilling uanset hvor på omstillingsrejsen din virksomhed er, bringe virksomheden på højde med den digitale dagsorden og digitale markedsføring, eller styrke produktudviklingen og skabe nye markeder. Vi håber du bliver inspireret til selv at overveje, hvordan din virksomhed kan bringes godt videre.

Som en af de tilfredse virksomhedsejere siger; "Det har været en styrke at ansætte en ny type arbejdskraft, som kan udfordre de herskende normer, bruge de nyeste metoder og finde nye veje sammen med de øvrige medarbejdere." Hvis det er startomkostningerne, der afholder jer fra at ansætte en akademiker, er der også hjælp at hente. På de sidste sider i brochuren kan du finde link til viden om forskellige tilskudsordninger. Vi kan derfor kun sige: "Tilføj kompetencer og ny viden – ansæt en akademiker!"

Med venlig hilsen Akademikerkampagnen

INDHOLDSFORTEGNELSE

Side 6: Biolog minimerer Ecografs grønne aftryk – og maksimerer det digitale

Side 9: Cand. merc giver rollatoren nyt image worldwide

Side 12: Designer bygger bro fra håndværkeren til robotudvikleren

Side 18: Lins grønne overblik gør byggepladsen mere bæredygtig

Side 21: Cand.Merc's strategiske aftryk står mejslet i træ

Side 23: Annas struktur giver ledelsen tid til at bringe danske go-karts ud i verden

Side 26: LAKOR Soulwear fik sin email-marketingekspert – og meget mere

BIOLOG MINIMERER ECOGRAFS GRØNNE AFTRYK – OG MAKSIMERER DET DIGITALE

Ph.d. i bioscience Natalia Madsen søgte efter muligheden for et delvist brancheskifte og for at etablere sin karriere inden for kommunikation. Det grafiske hus Ecograf søgte efter én til at professionalisere den digitale markedsføring, men det stod hurtigt klart, at virksomheden også kunne få god værdi af Natalias naturvidenskabelige kompetencer til at løfte virksomhedens bæredygtighedsprofil.



Natalia Madsen

I dag kombinerer Natalia sin passion for digital kommunikation med sine naturvidenskabelige kompetencer og er ankerperson på implementeringen af Ecograf's ISO-certificering i bæredygtighed og virksomhedens deltagelse i EU-programmet Grøn Cirkulær Omstilling. Det har givet Ecograf en ny strategi for affaldssortering, energibesparelser og beregning af klimaaftryk, ligesom at trykkeriafdelingen har bevæget sig helt væk fra miljøskadelige kemikalier.

Ledelsen har i Natalia fundet en kompetent sparringspartner og opgaveflaster, der kan bidrage til at kvalificere centrale ledelsesbeslutninger i virksomhedens

3 vigtige kompetencer Ecograf har fået tilført:

- Projektledelse
- Problemknuser
- Ledelsessparring

udvikling og frigøre tid til ledelsen.

”En af de vigtigste ting, jeg bidrager med, er at skubbe på, så der er plads til både drift og udvikling. I en produktionsvirksomhed som vores kan det nemt drukne i drift, og det er fuldt forståeligt, for det er jo driften der bringer pengene ind. Men hvis ikke vi også fokuserer på udviklingsdelen og tilpasser os, så har vi ikke en virksomhed om ti år,” siger Natalia Madsen.

For Flemming Jensen handler den grønne omstilling ikke bare om altruisme, men også om cool cash og om at fremtidssikre Ecograf i et konkurrenceudsat marked. Derfor er Natalias arbejde centralt, når virksomheden skal profilere sig på andet end prisen.

”Vi kan se at flere og flere kunder efterspørger en grøn miljøprofil, og for os er det helt essentielt at vi kan levere her. Natalias faglige kompetencer har gjort, at jeg kan overdrage bæredygtighedsarbejdet og koncentrere mig om Ecograf's videre forretningsmæssige udvikling”, udtaler Flemming Jensen, adm. Direktør Ecograf

Sideløbende arbejder Natalia også på Ecograf's digitale aftryk, og her har hun i



sit første år hos Ecograf gennemført en fuldstændig fornyelse af virksomhedens hjemmeside med dertilhørende søgemaskineoptimering og skærpet digital markedsføring.

"Natalias faglige kompetencer har gjort, at jeg kan overdrage bæredygtighedsarbejdet og koncentrere mig om Ecograf's videre forretningsmæssige udvikling"
- Flemming Jensen, adm. Direktør Ecograf

"Noget af det, vi akademikere har været med til at indføre hos Ecograf, er at tage beslutninger på baggrund af data frem for kun mavefornemmelse. Der bliver lavet langt flere analyser nu fx af vores omkostninger og af effekten af vores markedsføring," siger Natalia Madsen som lige nu sammen med Ecograf's direktør er i gang med at definere virksomhedens forretningsmodel, så der er overblik over, hvilken værdi virksomheden leverer, hvem kunderne er og hvad de ønsker nu og i fremtiden.

Kort om Ecograf Gruppen

- Ecograf er et moderne grafisk hus, som tilbyder kunderne totallosninger inden for grafisk kommunikation og tryksager.
- Bæredygtighed er en nøgleværdi for Ecograf, der arbejder aktivt med at nedbringe virksomhedens CO2-aftryk, er Svanemærket, FSC-certificeret og i gang med at arbejde sig i mål med den internationale miljøledelsesstandard ISO 14001.
- Ecograf har i dag 13 ansatte fordelt i produktion, salg, administration og forretningsudvikling.

Natalia E.L. Madsen

- Natalia Madsen har en kandidatgrad i biologi og er ph.d. i bioscience.
- Ansvarlig for bæredygtighed og digital markedsføring hos Ecograf Gruppen, hvor hun blev fastansat i efteråret 2020.
- Mødte Ecograf via et praktikforløb hos Camp Future, som er et matchingforløb, der kobler ledige akademikere og SMV'ere.

CAND. MERC GIVER ROLLATOREN NYT IMAGE WORLDWIDE

Hvordan sælger man et produkt, som ingen ønsker at få brug for, og gerne undgår at bruge? Mobilitetsvirksomheden byACRE designer og producerer prisvindende rollatorer men stod over for en udfordring med, at få salgskanalerne udvidet til det internationale marked.

Netop den skam, der for mange er forbundet med at gå med rollator, motiverede Maria til at gentænke hele markedsføringen, da hun mødte ByACRE til matcharrangement.

”Som udgangspunkt er det produkt vi handler med, noget folk ikke vil have, og Marias opgave er i den forbindelse at få forklaret, hvad man får ud af at handle med os og bruge vores produkter. Det er helt tydeligt, at Marias arbejde har givet os en position som er ret unik inden for vores industri”, forklarer Anders Berggreen



Maria Kjærsgaard

3 vigtige kompetencer byACRE har fået tilført:

- Strategiblik
- Målgruppeanalyse og målrettet kommunikation
- Kulturforståelse

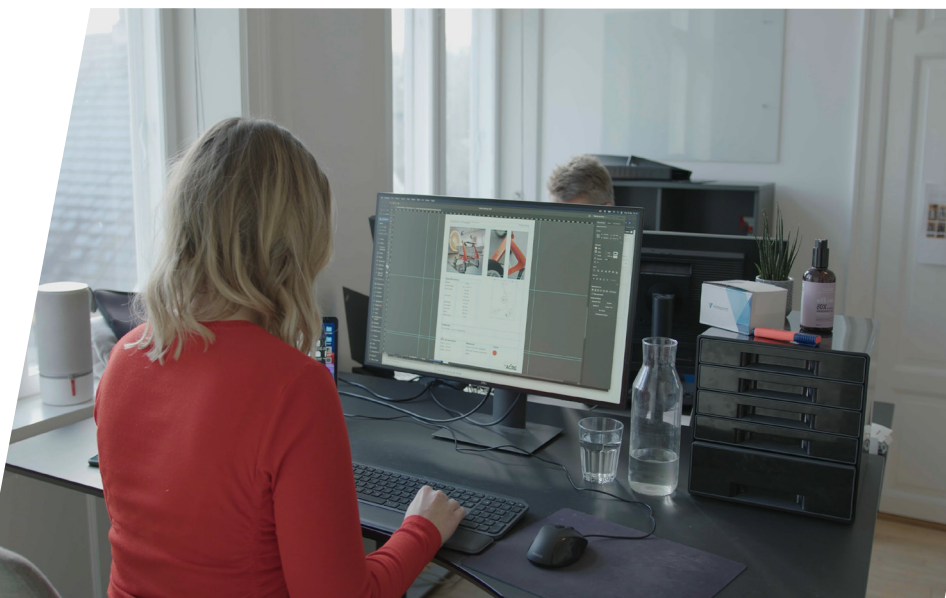
Maria Kjærsgaard har med sikker hånd oparbejdet byACRE's tone of voice på hjemmeside og sociale medier, så rollatoren ses som et frigørende mobilitetsprodukt fremfor nedværdigende hjælpemiddel.

"Vi ligger rigtigt godt i Googlesøgninger i både USA og Europa og højere end flere af vores konkurrenter som er 100-fold større – Og det er fordi at Maria har været så skarp på vores strategi," uddyber Anders Berggreen.

Allerede da Maria havde været få dage hos byACRE tænkte hun: Der må være unge mennesker, som bruger rollator. Hun begyndte at søge på Instagram, og hurtigt fandt hun frem til flere yngre rollatorbrugere, som var aktive på sociale medier.

I dag har Maria Kjærsgaard opdyrket et ambassadørhold på omkring

Maria Kjærsgaard



30 mennesker, som bruger byACRE's produkter og frivilligt sender fotos af sig selv i forskellige situationer med deres rollator.

Som rollatorproducent i et land, hvor langt de fleste rollatorer udleveres gennem kommunale indkøbsordninger, er byACRE helt afhængig af Marias digitale og globale metoder.

Og tilgangen virker tilsyneladende: byACRE sælger i dag rollatorer til 3 kontinenter, og alene i Europa er salget de sidste par år steget flere hundrede procent.

Selv om Maria ikke havde forestillet sig at hun skulle arbejde for et rollatorfirma, er hun i dag lykkelig for sin rejse med virksomheden.

"Mange vil gerne arbejde i de helt store virksomheder. Jeg mener at min rejse sammen med byACRE har modnet mig langt mere arbejdsmæssigt, end jeg havde fået mulighed for andre steder. I en forholdsvis nystartet virksomhed er der højt til loftet og mulighed for at skabe sin egen rolle. Der er en stejl indlæringskurve," forklarer Maria Kjærsgaard.

Om Maria Kjærsgaard

- Maria er uddannet cand.merc. i erhvervsøkonomi og international kommunikation.
- Maria mødte byACRE i 2018 til et matcharrangement ifbm. Københavns Erhvervshus' opkvalificeringsforløb "Digital Koordinator".
- Som leder af marketingafdelingen har hun ansvar for al virksomhedens markedsføring og ledelsesansvar for tre medarbejdere.

Kort om byACRE

- Udvikler, fremstiller og sælger letvægtsrollatorer til hele verden.
- Virksomhedens rollatorer har vundet flere prestigefyldte designpriser blandt andet Red Dot Design Award 2019 og Danish Design Award 2017.
- Virksomheden har eksisteret siden 2015 og har i dag 12 ansatte

DESIGNER BYGGER BRO FRA HÅNDVÆRKEREN TIL ROBOTUDVIKLEREN

Da Kobots opslug en ledig stilling som procesingeniør, var Mathilde Skov Hansen overbevist om, at det robotvirksomheden i virkeligheden manglede var en designer med indblik i brugerinvolvering. Hun deltog derfor i en jobsøgningsworkshop hos Kobots sammen med 13 ingeniører, og det viste sig at hun havde ret. I dag arbejder Mathilde som user experience manager, hvor hun bygger bro mellem robotingeniørerne og de håndværkere, der til dagligt bruger virksomhedens robotter.



Mathilde Skov Hansen

Kobots' kerneprodukt er den mobile skærerobot Amigo, der skærer gips- og træplader til, så håndværkerne undgår selv at stå bøjet over arbejdet i opslidende arbejdsstillinger og med byggestøv i ansigtet.

Robotten styres via app og stemmegenkendelse og det er Mathildes fornemmeste opgave, at sikre dette foregår nemt og er tilpasset håndværkernes arbejdsgange. For skærerobotten skal være

brugervenlig og kunne det, som håndværkerne rent faktisk har brug for – og ikke det som robot- og app-udviklere tror, der er brug for.

For Kobots er et af de vigtigste redskaber i Mathilde Skov Hansens faglige værktøjskasse designtænkning.

3 vigtige kompetencer Kobots har fået tilført:

- Designtænk og designstrateg
- Tværfaglige metoder og en bred vifte af designværktøjer
- Brobygger

"Mathilde er en nøglespiller for os, da hun kommer med nogle kompetencer til at forstå vores brugere og tale deres sprog," - Christina Dalsgaard, VP

Det handler kort fortalt om at åbne øjne og ører og se og høre, hvad brugerne oplever. Og med udgangspunkt i det prøver man sig frem og skaber nogle løsninger eller produkter, som man tester, justerer, evaluerer og justerer igen, til man lander på den rigtige løsning.

"Hos os er brugerinddragelse helt centralt – Hvis ikke vi forstår vores brugere, så kan vi ikke lave robotter der virker for dem. Mathilde er en nøglespiller for os, da hun kommer med nogle kompetencer til at forstå vores brugere og tale deres sprog," forklarer Christina Dalsgaard, Vice President Kobots.



”Vi arbejder hele tiden på at forbedre app’en, så den er intuitiv og i øjenhøjde. Vi har nogle meget dygtige software-folk, som er ekstremt dygtige til at kode, men som måske ikke har så meget forståelse af, hvad der sker på byggepladsen. Derfor tager jeg også vores softwareudviklere med ud på byggepladsen,” Uddyber Mathilde Skov Hansen

Byggebranchen har traditionelt været præget af hårdt fysisk arbejde, mange gentagne bevægelser og tunge løft. De udfordringer vil virksomheden Kobots hjælpe med at løse.

”Vi har en vision om, at vi vil forandre branchen, som den er nu. Der er nogle svære problematikker, som automation og vores robotter kan være med til at løse,” siger Mathilde Skov Hansen.

Om Mathilde Skov Hansen

- Mathilde er uddannet designer med speciale i visuelt design fra Designskolen i Kolding.
- Hun har siden december 2019 været ansat som Design & User Experience Manager i virksomheden Kobots.

Kort om Kobots

- Kobots udvikler robotter til byggebranchen.
- Kobots produkt forbedrer arbejdsmiljøet, aflaster håndværkerne, formindsker nedslidning og kan øge produktiviteten. Robotten kan betjenes både via stemmegenkendelse og en brugervenlig app.
- Virksomheden har hovedkvarter i Odense og har 28 medarbejdere.

SE TILSKUDSMULIGHEDER
FOR ANSÆTTELSE
AF HØJTUDDANNET
ARBEJDSKRAFT PÅ
AKADEMIKERKAMPAGNEN.DK

TYPISKE ARBEJDSOPGAVER FOR AKADEMIKERE I SMÅ OG MELLEMSTORE VIRKSOMHEDER



DOKUMENTATION
KVALITETSSIKRING

KOMMUNIKATION OG
MARKEDSFØRING

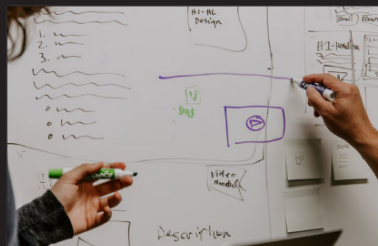
PRODUKT-
OG
FORRETNINGSUDVIKLING



STØTTE OG
LEDELSES-
SPARRING



DIGITALISERING
OG
PROCESUDVIKLING



STRATEGI
OG
PLANLÆGNING



ADMINISTRATION
OG HR

SE FLERE ARBEJDSOPGAVER PÅ AKADEMIKEREKAMPAGNEN.DK

ANDRE ARBEJDSGIVERE UDTALER...

”Vi skal turde ansætte folk, der er klogere end os selv, fordi opgaverne bliver løst hurtigere og mere kvalificeret. Viden skaber vækst og udvikling.

Jette Rohde, Sten og Grus Prøvestenen A/S

”Tænk på viden som en vej til vækst. Når du tilfører viden, du ikke allerede har i huset, vil du opdage nye måder at tilgå din virksomhed – og virksomheder, der kan rykke sig for at blive stærkere, tjener flere penge.

Line Bluhme, Induflex

”Der gik cirka fire minutter, så vidste vi, at vi havde brug for hende.

Kimmi Frank Olesen, N.A.T. VVS

”Fordelene ved at lægge løn, budgetter fonds-ansøgninger og branchetal i hænderne på en ægte excel-fan, kan der opregnes masser af. Vi har fået glæde af Nikolajs DJØF-credability.

Brian Meidell, Cape Copenhagen

”Jeg kan kun anbefale andre mindre virksomheder, der har brug for noget specialviden at gøre det samme – ansætte en højtuddannet.

Peter Christian Jensen, Ruths Hotel

LINS GRØNNE OVERBLIK GØR BYGGEPLADSEN MERE BÆREDYGTIG

Byggebranchen er en af de brancher, som vejer tungest i det store CO2-regnskab, og har tilsvarende et stort potentiale for CO2-besparelser. Entreprenørvirksomheden JORTON har derfor også indset behovet for aktivt at arbejde med deres CO2-aftryk, hvis de fortsat skal fremstå ansvarlige og kunne bygge for kunder, der i stigende omfang stiller bæredygtighedskrav. Det krævede tilførsel af nye kompetencer.

Derfor tog adm. direktør i JORTON Allan Harbo også det utraditionelle valg at ansætte cand. mag Lin Bremerstent Taudorf som bæredygtighedskoordinator til at sikre, at der dagligt arbejdes med bæredygtighed i alle forretningsgange i virksomheden.

Allan fremhæver, at det netop har været en styrke at ansætte en ny type arbejdskraft, som kan udfordre de herskende normer og stille undrende spørgsmål. Det trækker JORTON og byggebranchen i en grønnere og mere bæredygtig retning:

3 vigtige kompetencer JORTON har fået tilført:

- Direkte og målrettet kommunikation, overblik og struktur
- Professionel håndtering af love og regler på det bæredygtige område
- Strategisk overblik

”Ved at ansætte en akademiker med ikke-teknisk baggrund, har vi fået nye perspektiver på virksomheden og har fået gjort den grønne omstilling helt konkret for kollegaerne på byggepladsen”.

Allan Harbo ser en helt tydelig udvikling i branchen, der i stigende grad mødes af bæredygtighedskrav fra kunderne. ”Hvis vi fortsat vil kunne byde på opgaver hos bl.a.

pensionskasser og almene boligforeninger, så er det et krav at vi som virksomhed har en skarp holdning til bæredygtighed,” forklarer han.

Lins kerneopgave er at have bæredygtighedsoverblikket i virksomheden. Det kan handle om alt fra lovstof og nye krav til forsøg med ny teknologi eller ændring af nuværende rutiner.



Lin Bremerstent Taudorf

Virksomheden arbejder med at reducere sit eget CO2-aftryk og har også tre ISO-certificeringer, som garanterer, at man kan løfte store bæredygtige byggeprojekter.

”Jeg skaber overblik over regler og de tiltag, der er på vej både globalt, nationalt og i vores branche. Mit job handler om at vurdere, hvilke grønne tiltag, det giver mening at gå i gang med nu,” forklarer Lin.

Et af JORTONs konkrete miljømål handler om at skabe en endnu bedre affaldshåndtering på byggepladserne, så bunken med småt brændbart skrumper og de genbrugelige fraktioner vokser. Lin bidrager her med at sikre, at affaldssorteringen lever op til lovgivningen og at affaldssorte-

Lin Bremerstent Taudorf

- Lin har siden 2020 arbejdet som strategisk bæredygtighedskordinator.
- Hun har en kandidatgrad i læring og forandringsprocesser og har efterfølgende dygtiggjort sig inden for bæredygtighed via et kursus hos Det Grønne Rejsehold.
- Lin fandt JORTON gennem Akademikerkampagnens jobsøgnings-kursus.

ringen i det daglige fungerer gnidningsfrit for kollegaerne på byggepladserne.

”Det nytter ikke noget at starte med at dele brochurer ud og sætte plakater op på byggepladsen om, at nu skal vi sortere byggeaffald på en ny måde. Det handler i højere grad om at være ude på byggepladserne og gå i direkte dialog med formænd, projektledere og medarbejdere om bæredygtighed, så de forstår, hvad det handler om og kan drive det videre,” forklarer hun.

Kort om JORTON

- JORTON er en landsdækkende entreprenørvirksomhed med over 500 ansatte og hovedkvarter i Aarhus.
- Virksomheden har eksisteret siden 1932 og blev stiftet som et kooperativ af arbejdsløse jord- og betonarbejdere.

CAND. MERC'S STRATEGISKE AFTRYK STÅR MEJSLET I TRÆ

Når man som Keflico forhandler træ gennemsyrrer bæredygtighedsdiskussionen hele forretningen. Keflico udarbejder hvert år en bæredygtighedsrapport, som cand.merc. Frederik Christiansen er en af de drivende kræfter bag. Her gennemgår man minutiøst virksomhedens arbejde med bæredygtighed og gør status på Keflicos grønne fremskridt og nye satsninger.

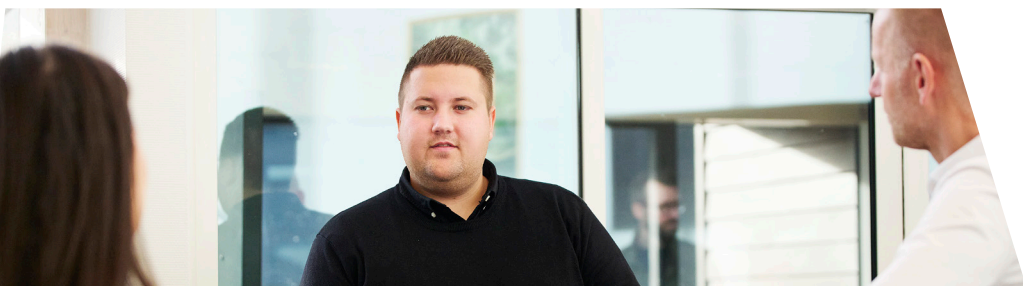
”Træ er som udgangspunkt et af verdens mest bæredygtige byggematerialer. Men det er ikke ensbetydende med at brugen af træ er bæredygtig. Når kerneforretningen er træ, handler bæredygtighed også om de valg, vi træffer i alle virksomhedens processer. Dem skal der være åbenhed om, og derfor rapporterer vi også årligt på vores bæredygtige udvikling i Keflico,” forklarer Frederik Christiansen.

3 vigtige kompetencer Keflico har fået tilført:

- Forståelse for kompleksitet i en organisation
- Løsningsorienteret tilgang
- Procesoverblik

Netop bæredygtige beslutninger har Keflico truffet flere af. I 2020 fik virksomheden en ny indkøbspolitik, som sætter ambitiøse grønne mål. Ét af dem er, at i 2025 skal 80 procent af alt træ, der handles i virksomheden være bæredygtigheds certificeret. I 2021 samlede virksomheden nogle af de største importører af tropisk træ i Europa om 'An Amazon Initiative', som skal være med til at fremme en mere bæredygtig udvikling i Amazonas og fx give skovejere større incitament til at lade skoven forblive skov frem for at rydde og afbrænde områderne.

Frederik Christiansen fik allerede som nyuddannet en nøglerolle i trævirksomheden Keflico, med ansvar for flere af virksomhedens strategiske og organisatoriske projekter, som blandt andet handler om digitalisering og bæredygtighed.



Frederik Holm Bonde Christensen

"I Keflico oplever jeg, at man har mulighed for både at udvikle sig selv og virksomheden, fordi der er en grundlæggende tillid til en. Sådan har det været fra min første dag, og det er vigtigt, når man kommer helt grøn fra universitet og skal lære en masse nyt," siger Frederik Christiansen, der har en kandidatgrad i organisation og strategi fra Aalborg Universitet.

"En stor del af det arbejde, jeg laver, er jeg ikke direkte uddannet til da jeg hverken er uddannet i digitalisering eller indenfor bæredygtighed. Men jeg har en forståelse for det overordnede og en grundlæggende nysgerrighed og passion for at lære mere. På universitet bliver man ikke uddannet i at lave bæredygtighedsrapporter, arbejde med business intelligence systemer, implementere nye it-systemer eller mange af de andre opgaver, jeg sidder med. Universitet giver derimod en værktøjskasse af metoder, begreber og en grundlæggende forståelse af kompleksiteter," forklarer han.

Frederik Holm Bonde Christensen

- Uddannet cand.merc. i organisation og strategi fra Aalborg Universitet i 2018.
- Direktionsassistent og Business Developer hos Keflico siden december 2018.
- Mødte Keflico gennem en studiepraktik under sin uddannelse.

Kort om Keflico

- Keflico handler med træ til de danske tømmerhandlere og den træforbrugende industri.
- På hylderne hos Keflico er blandt andet bæredygtigt hårdttræ, terrassebrædder, facadebeklædning, modificeret træ, krydsfinér og træfiberplader.
- Virksomheden har hovedkontor i Støvring, har eksisteret siden 1953 og har i dag 55 medarbejdere.

ANNAS STRUKTUR GIVER LEDELSEN TID TIL AT BRINGE DANSKE GO-KARTS UD I VERDEN

Gokart-virksomheden BOCART har store pædagogiske og forretningsmæssige ambitioner med deres gokarts, og vil i endnu højere grad etablere sig på det internationale marked. Ideen er, at virksomhedens gokarts ikke bare skal bringe fart, sjov og action ind i unges liv, men også give dem selvtillid og mod på at rode med motorer og mekanik og måske åbne øjnene for de mere praktiske uddannelser.

Med sit talent for at skabe struktur og systematisere er Anna Hansen med til at skabe vækst hos BOCART. Hun styrer regnskaberne og er ved at etablere et automatiseret lagerstyringssystem, som sørger for, at der altid er komponenter på lager til at producere gokarts trods lange leveringstider.



Før Anna Hansen kom til, bestod virksomheden – udover de dygtige mekanikere på værkstedet - af to ejerledere, som brænder for den pædagogiske idé og som er gode til salg, marketing og kommunikation, men knap havde tid til de vigtige opgaver inden for regnskab, indkøb og administration.

”Nu hvor jeg tager mig af de opgaver, så får de andre frigjort tid til det, de er gode til – som at sælge, kommunikere og udvikle vores gokarts. Så de er glade, og jeg er glad, for jeg elsker at sætte ting i system og sørge for, at der er styr på tingene,” forklarer Anna Hansen.

Annas vigtigste udviklingsopgave ligger i digitaliseringen af BOCARTs lagerstyring, så der nemt kan opnås et centralt overblik over lagerbeholdningen.

”På sigt bliver det sådan, at der kommer stregkoder for alt, så når mekanikerne tager noget på værkstedet, så registreres det automatisk i systemet, så jeg kan se, hvad vi skal bestille hjem i god tid, før vi løber tør. På den måde, kan vi minimere den tid, kunderne skal vente,” siger Anna Hansen.

Hun har ikke lavet lige præcis et lagersystem før, men i kraft af sin uddannelse og mange års erfaring, er hun dygtig til at systematisere.

”Jeg vidste ikke noget på forhånd om lagerstyringssystemer, men jeg har læst mig ind på det og selv tænkt videre. Det er ikke raketvidenskab, men det kræver evnen til at strukturere og være konsekvent og vedholdende,” forklarer hun.

Leveringsproblemer kan fylde en hel del for en lille produktionsvirksomhed, når der er krise i de globale forsyningskæder. Så selvom det kan lyde som en tør øvelse at få registreret BOCARTs 2-300 reservedele, er det helt essentielt for virksomhedens vækst.

3 vigtige kompetencer BOCART har fået tilført:

- Strukturskaber
- Organisator
- Kommunikation

”Det kan godt være, at man manuelt kan overskue, at der er dele nok til fire gokarts, men når produktionen skal op, og man måske skal fremstille 40 gokarts på kort tid, så er der meget at holde styr på,” forklarer hun.



// Nu hvor jeg tager mig af de opgaver, så får de andre frigjort tid til det, de er gode til – som at sælge, kommunikere og udvikle vores gokarts. .

– Anna Hansen

Anna Hansen

- Anna er 52 år, har en regnskabsuddannelse og er uddannet bachelor i engelsk fra Stockholms Universitet.
- Hun har arbejdet med administration og regnskab i hotelbranchen i mange år, inden hun foretog et karriereskifte i 2021.

Kort om BOCART

- BOCART fremstiller og reparerer gokarts, som bliver brugt af fx ungdomsskoler, klubber og efterskoler i Danmark og i udlandet.
- BOCART er ikke bare mekanik men også pædagogik. Virksomheden arbejder aktivt på at fremme unges interesse for de naturfaglige fag og erhvervsfaglig praktisk læring.
- Virksomheden har eksisteret siden 1990. I dag har virksomheden udover de to ejere fem ansatte.

LAKOR SOULWEAR FIK SIN EMAIL-MARKETINGEKSPERT – OG MEGET MERE

Livsstilsbrandet LAKOR Soulwear oplever stor værdi af at ansætte designeren Tine Skou Laursen. Tine og LAKOR Soulwear har i fællesskab skræddersyet Tines stilling, så hendes kompetencer indenfor både design og kommunikation bliver bragt i spil. På den måde varetager Tine flere af livsstilsbrandets kritiske opgaver i forbindelse med virksomhedens vækstambitioner.

Som del af LAKOR Soulwears vækststrategi, søgte de 2 ejere Lasse Kornum og Jeppe Jensen efter en email-marketingsmedarbejder på deltid – og det opslag så Tine Skou Laursen, der straks bød ind på opgaverne. Men Tine bød ind på mere end det. Som uddannet designer faldt det Tine helt naturligt at sætte sine designkompetencer og flair for kundeservice i spil. Kort tid efter Tine trådte ind ad



Tine Skou Larsen og Jeppe Jensen

døren, stod det derfor klart for direktør Jeppe Jensen, hvor meget virksomheden kunne vinde ved ansættelsen.

”Tine har virkelig løftet vores konstruktion i designet med sin faglige sparring som designer – Vi vidste faktisk slet ikke, at vores skjorter var konstrueret forkert, før Tine påtalte det på en af sine første arbejdsdage hos os. Det viser bare hvor vi var, inden Tine kom ind i virksomheden.”, udtaler Jeppe.

Og Jeppe fortsætter: ”Det har været helt fantastisk at se, hvor vigtigt det er at tænke utraditionelt når man rekrutterer.

Kort om LAKOR

- Livsstilsbrand beliggende i Aarhus opstartet Lasse Kornum og Jeppe Jensen
- Driver 2 fysiske butikker i hhv. Aarhus og København og en webbutik der driver størstedelen af salget
- Har 32 forhandlere fordelt over hele Danmark og 5 forhandlere i udlandet

Tine Skou Larsen

- Tine er uddannet designer i 2017 og beklædningshåndværker med speciale i konstruktion fra Via University College
- Tine har haft sin egen designvirksomhed BOYISH inden hun søgte jobbet hos LAKOR
- Tine startede i LAKOR i løntilskud, hvorefter Tine fortsatte ordinært på fuld tid med opgaver som designer, email-marketing og kunde-service

Sammen med Tine kunne vi skræddersy en stilling, der både tilgodeser vores efterspørgsel og som også passer godt ind i hendes kompetencer.”

I en mindre virksomhed er det værdifuldt, at flere opgavetyper kan varetages af den samme medarbejder, og faktisk har Tines opgaver vist sig at være sammenhængende, da hun gennem kundernes feedback får en eminent indsigt i hvilke designs, der vil være attraktive for kunderne.

Jeppe fortæller: "Tine spotter med det samme hvis f.eks. vores jeans er for stramme eller der efterspørges andre farver - og så kan vi nemt tilrette det i vores kollektioner til det kunderne efterspørger."

Tine er uddannet designer og beklædningskonstruktør fra Via University College og havde i et par år drevet sin egen enkeltmandsvirksomhed BOYISH, da hun så opslaget fra LAKOR Soulwear og det lokede at arbejde sammen med andre om design.

"Jeg synes, at det er fantastisk at være i en iværksættervirksomhed, hvor der er fleksible opgaver, og hvor man kan mærke fællesskabet for at udvikle og drive virksomheden – Det er dejligt at jeg kan bruge alle mine kompetencer til at bidrage på flere områder", siger Tine.

Der er ingen tvivl om at den brede vifte af opgaver Tine løser, i et såkaldt "Mixet Job" har været den perfekte løsning for både LAKOR Soulwear og Tine.

3 vigtige kompetencer LAKOR har fået tilført:

- Konstruktion i design
- E-mail-marketing og anden digital markedsføring
- Kundenservice med fagligt indblik

DU KAN LÆSE FLERE
CASES OG SE ALLE
TILSKUDSMULIGHEDER
FOR ANSÆTTELSE
AF HØJTUDDANNET
ARBEJDSKRAFT PÅ
AKADEMIKERKAMPAGNEN.DK



HVEM ER AKADEMIKERKAMPAGNEN?

Akademikerkampagnen har siden 2005 bygget bro fra højtuddannede til små og mellem store virksomheder. Vi specialiserer os i at klæde akademikere på til jobsøgning på nye og ukendte jobmarkeder, og i at matche jobsøgende akademikere med virksomheder med behov for nye kompetencer. Læs mere om hvordan Akademikerkampagnen kan hjælpe din virksomhed på vores hjemmeside.

Bag Akademikerkampagnen står hovedorganisationen Akademikerne, som repræsenterer ca. 464.800 højtuddannede fordelt på 28 faglige organisationer.

De 28 faglige organisationer er:

Djøj, DM, JA, Danske Fysioterapeuter, Ergoterapeutforeningen, Jordemoderforeningen, Forbundet Kultur og Information, Dansk Kiropraktor Forening, Dansk Mejeriingeniør Forening, Dansk Psykolog Forening, Tandlægeforeningen, Forbundet Arkitekter og Designere, Ansatte Tandlægers Organisation, Konstruktørforeningen, Danske Scenografer, Forbundet Kommunikation Og Sprog, Dansk Journalist forbund, Pharmadanmark, Den Danske Dyrlægeforening, Den Danske Landsindspektørforening, IDA, GL, Lægeforeningen, Yngre Læger, Foreningen af Speciallæger, Praktiserende Lægers Organisation, Den danske Præsteforening, Dansk Musikpædagogisk Forening, Dansk Organist og Kantor Samfund, Forsvarsgruppen i AC og Foreningen af Skibsinspektører i Søfartsstyrelsen.



VIL DU LÆSE MERE OM
AT ANSÆTTE EN HØJTUDDANNET?
SÅ BESØG VORES HJEMMESIDE
AKADEMIKERKAMPAGNEN.DK

Akademikerkampagnen 