

Bilag: National offshorekampagne

Baggrund

Som et resultat af den regionale vækstpartnerskabsaftale med regeringen i 2015 har Vækstforums sekretariat siden foråret 2015 arbejdet på at udmønte aftalen om at gennemføre en national offshorekampagne. Kampagnen skal imødegå branchens udfordringer med at sikre kvalificeret arbejdskraft ved at synliggøre jobmulighederne overfor relevante faggrupper. Derved imødekommer kampagnen Vækstforums delmål om højere optag på relevante tekniske, videregående og erhvervsfaglige uddannelser på offshoreområdet.

Initiativet i Vækstpartnerskabsaftalen bygger på anbefalinger i flere analyser. Ansøger af nærværende offshorekampagne er Danmarks Rederiforening, som siden 2006 har drevet kampagnen Det Blå Danmark, og har formålet at øge unges kendskab til en karriere indenfor det maritime markant. Danmarks Rederiforening vil med nærværende offshorekampagne bidrage til, at kendskabet til offshorebranchen blandt de 18 – 28 årige også øges.

Kampagnen vil via digitale medier, events, besøg hos studievalgscentre og face to face-møder øge kendskabet blandt de 18-28 årige og opnå, at flere påbegynder en karriere i offshorebranchen.

Da kampagnen er prioriteret i Vækstpartnerskabsaftalen for 2015, er det hensigten, at den finansieres af både staten og Syddansk Vækstforum. Dermed er støtte til kampagnen fra Syddansk Vækstforum betinget af en sammenfinansiering mellem Region Syddanmark og staten, hvor Erhvervs- og Vækstministeriet koordinerer medfinansieringen på 650.000 kr. med andre relevante ministerier.

Kampagnen vil herudover - uden for projektets budget - inkludere en virksomhedsinvolvering på 2.400 timer, svarende til ca. 30 virksomheder fra henholdsvis offshorevind-sektoren og offshore olie/gas-sektoren.

Danmarks Rederiforening har i samarbejde med Vindmølleindustrien og Oil Gas Danmark adspurgt branchen om, hvilke udfordringer, de ser i fremtiden. Her peges der på mangel på kvalificeret arbejdskraft som en væsentlig barriere for vækst i offshorebranchen. I Region Syddanmarks egen analyse fra 2013 peger 44 % af virksomhederne på mangel på kvalificeret arbejdskraft som den største barriere for vækst.

Forretningspotentialet er, at kampagnen kan synliggøre offshorebranchens karrieremuligheder og dermed tiltrække unge, som ikke havde kendskab til branchen før. Gennem World Careers har Danmarks Rederiforening vist, at dette har en effekt.

Målsætninger

Kampagnens effekt vil på sigt være at skabe et øget udbud af kvalificeret arbejdskraft til offshorebranchen ved at øge synligheden samt mængden af aktiviteter overfor unge med en relevant uddannelse.

Kampagnen har desuden følgende outputmål:

- At bevare et kendskab til offshorebranchen på 44 % blandt de 18 – 28 årige ultimo 2016
- At øge kendskabet til offshorebranchen til 50 % blandt de 18 – 28 årige ultimo 2017

- 20.000 klik på online bannere
- 10.000 antal besøgende på World Careers, der ledes videre til virksomhederne.
- 300 opslåede stillingsannoncer på Worldcareers.dk
- 750 deltagere til events.
- Besøg hos alle 106 studievejledere

Økonomi

Ansøgt finansiering:	Ansøgt:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	2.000.000,00 kr.	100,0 %	
Ansøgte strukturfondsmidler	0,00 kr.	0,0 %	
Regionale Erhvervsudviklingsmidler	1.350.000,00 kr.	67,5 %	
Egenfinansiering	650.000,00 kr.	32,5 %	Specificeres: Kontante midler fra staten – Erhvervs- og Vækstministeriet koordinerer.

Danmarks Rederiforening sikrer minimum 2.400 virksomhedstimer fra minimum 30 medlemsvirksomheder indenfor olie/gas og fra vindbranchen over de to år, som projektet løber.

Sekretariatet har vurderet, at projektaktiviteterne ”synlighed og tilstedeværelse på relevante digitale- og sociale medier”, ”Face to Face aktiviteter”, ”messedeltagelse”, ”afholdelse af relevante events”, og ”besøg hos studievalgscentre” ikke er konkurrenceforvridende, fordi særlige virksomheder ikke opnår konkurrencemæssige fordele ved at deltage i de pågældende projektaktiviteter. Således er der ikke tale om statsstøtte.

Konklusion

Vækstforumsekretariatet vurderer, at Danmarks Rederiforenings lange erfaring med kampagnen World Careers vil bidrage med så meget kvalitet, at kampagnen vil øge kendskabet til offshorebranchen for unge mellem 18 og 28 år fra de nuværende 44 % (WOCAs analyser) til 50 % ved projektets afslutning.

Kampagnen vil understøtte strategien om tiltrækning af kvalificeret arbejdskraft i Region Syddanmark.