

# »Blærerøve« bider på kampagner

**SUCCE:** Branding af Esbjerg og Vestjylland er begyndt at virke. 156 højtuddannede søgte 18 stillinger på EUC Vest. Og mange kommer udefra.

Af **Mette B. Falther**  
Tlf. 7912 4634, [mfa@jv.dk](mailto:mfa@jv.dk)

Det har handlet om at få blærerøve til at komme til Career Country og om at få jyder til at vende hjem. Og kampagnerne rettet mod den højtuddannede arbejdskraft ser ud til at virke.



I Career Country får I plads til bøgerne og bleerne uden at sætte hylder op under loftet. I finder rask væk 200 kvadratmeter for 2 mio. Og I slipper for myndretiden, så der bliver plads til 2 karrierer med god samvittighed. Sådan står der i kampagnen fra Career Country.

FOTO: KIRK & HOLM

På EUC Vest har 156 veluddannede ansøgere søgt 18 ledige stillinger. Og mange af dem kommer udefra. Fra København, Odense, Aalborg, Ishøj, Århus, Kolding.

– Tendensen har været stigende. Det har været meget svært meget længe at få de akademiske kompetencer til Vestjylland, men det ser ud som om, det er vendt, og det

er samtidig gået op for erhvervslivet herovre, at de højtuddannede kan nogle ting, siger Søren Røn, personalekonsulent hos EUC Vest.

– Og vi vil gerne have blærerøve hertil. De er med til at fortælle de gode historier herfra, og så udfordrer de dem, der er her allerede. Det gør, at vi andre ikke er så tilbøjelige til at sætte vores lys under en skæppe, tilføjer Søren Røn, som vil registrere, hvor skolens ansøgere er fra, så han kan måle skolens og regionens imageværdi.

Samtidig skal et nyt netværk af personalekonsulenter fra ti virksomheder i Esbjerg Kommune bruges til at skaffe de højtuddannedes ægtefæller arbejde.

– Når vi ansætter en person udefra, og han eller hun har en ægtefælle med, vil vi sende en mail rundt til netværket og høre, om de har et egnet job. På den måde kan vi hjælpe ægtefællen med job og hinanden med at få arbejdskraft, siger personalekonsulenten.

Den første måned med Ca-

reer Country-kampagnen har givet over 4000 besøgende på hjemmesiden [www.career-country.dk](http://www.career-country.dk). Cirka 85 procent af de besøgende ser ud til at være fra sjællandske computere. På Jobindex.dk har cirka 1000 læst jobannoncer fra Career Country.

## FAKTA

### CAREER COUNTRY

En forsigtig test af kampagnen Career Country blandt 100 i målgruppen viser, at 54 procent tror, annoncen og hjemmesiden kan hjælpe til at udbrede kendskabet til Esbjerg Kommune, at 37 procent siger, kampagnen gør målgruppen mere positivt indstillet overfor muligheden for et bedre liv i Esbjerg Kommune, at 16 procent siger, kampagnen kunne øge sandsynligheden for, at de kunne overveje at flytte til kommunen.

## 15 minutters berømmelse

**DU ER PÅ:** Smilene var spejlblanke og mågerne i topform, da Esbjerg i går skulle charmere på landsdækkende tv.

Af **Mai Møller Christensen**  
Tlf. 7912 4641, [mmc@jv.dk](mailto:mmc@jv.dk)

Vinden har godt fat i TV2 News-reporterens habit. Hjørnerne blæfrer. Tøjet på Blue Water-direktør Kurt Skov sidder derimod helt tæt, og det er måske fint nok, at det er ham og ikke reporteren, der har stillet sig yderst på havneka-jen.

– Alt det simple kan vi lige så godt få bygget i udlandet, men maskinhusene derovre, de vil altid blive her, fortæller Kurt Skov reporteren.

Udsendelsen begynder først lige om lidt. Minutterne på TV2 News, hvor Esbjerg får lov at fortælle om sig selv på direkte, landsdækkende tv. Den døgnåbne tv-station havde i går valgt Esbjerg ud som en af byerne i sin sommerserie om branding.

Tidligere på formiddagen

har havnedirektør Ole Ingrisch lagt ud som den første i programmet, hvor TV2-reporteren er lige ved at glemme, hvad der kom først.

– Når vi siger Esbjerg, tænker vi på havnen. Det er fordi, havnen er vokset op... øh... byen er vokset op om havnen, lyder reporter Christian Lemvigh Poulsens indledning, mens hans charmesmil redder ham i land.

Esbjerg har også godt gang i charmen. Ole Ingrisch får fortalt hele Danmark, at fiskeriet godt kunne trænge til lidt mere medvind end modvind, men at der også er havmiljøparker og bølgeenergi at bryste sig af, og at havnen »har en glørværdig fremtid«.

### To et halvt minut

Da Christian Lemvigh Poulsen senere møder Kurt Skov, vælger reporteren at gemme sig bag nogle vindmølevinger. Han kommer til syne, da kameraet ruller.

– Jeg står hernede på havnen. Det lugter ikke af fisk, det lugter af hav, siger Lemvigh Poulsen, mens han nærmer sig Kurt Skov på kajen.

Kurt Skov fortæller om



Øresneglen gav kontra-meldinger, kamerakvinden gik tæt på, og der føg ord som »input« og »output« gennem luften, da TV2 News i går parkerede sendevognen på havnen i Esbjerg. Stationens helikopter havde også været på besøg og skudt flotte billeder af byen. Her er det Blue Waters grundlægger og direktør, Kurt Skov, der får mikrofontid af Christian Lemvigh Poulsen.

FOTO: ANNETT BRUHN

Blue Waters grundlæggelse i 1972, om færgeruter, om udvikling, og om at det er på Blue Water Stadion, at »Efb i næste uge tæsker Brøndby«. Her holder News-reporteren inde. Kurt Skov skulle ellers til at fortælle om Blue Water

Fonden, men indslaget to et halvt minut er ovre.

Sådan er det i tv. Det går hurtigt. Men med syv indslag på hver et par minutter fik Esbjerg i hvert fald 15 minutters berømmelse i går.

## FAKTA

### ESBJERG PÅ PROGRAMMET

TV2 News sendte i går direkte tv fra syv forskellige steder i Esbjerg, hvor i alt otte mænd fortalte om, hvordan Esbjerg gerne ser sit spejlbillede anno 2007.