

Esbjerg vil tiltrække de kloge københavnere og blærerøvene

KAMPAGNE: Esbjerg Kommune skød i går en utraditionel tilflytterkampagne i gang. Løkkemaden er masser af job, gode karrieremuligheder og billige huse.

af Ken Mathiesen
Tlf. 7912 4632, kma@jv.dk

Fra i dag bliver indbyggerne i hovedstadsområdet bombarderet med Esbjerg Kommunes lyksaligheder.

Det sker når Esbjerg Kommune og Esbjerg Erhvervsudvikling i samarbejde med lokale virksomheder, med store annoncer i gratisavisen MetroXpres' østlige udgave, sætter en utraditionel tilflytter- og rekrutteringskampagne ledsaget af slogans som:

»Lejlighed på 48 kvadratmeter eller villa på 200 kvadratmeter«, og »To timers transport til arbejde eller 12 minutter på cykel...«

Career Country – direkte oversat til »karriere landet« – hedder kampagnen og er et nyt område i Danmark, som hidtil kun har været kendt un-

der bynavnet Esbjerg.

Kampagnenavnet, der er udtænkt med kommunikationsrådgiver og forhenværende nyhedsvært Jens Gaardbo som fødselshjælper, dækker indsatsen inden for uddannelse, erhverv og talentudvikling i Esbjerg-området.

Ved at gøre den synlig, skal det være muligt at få højtuddannede københavnere og blærerøve i 25-40-årsalderen til at flytte til byen, have to karrierer, leve det gode familieliv og bo i huse på 200 kvadratmeter til to millioner kroner.

Dermed postes knap en million kommunale kroner i Esbjergs fortsatte bestræbelser på at ændre byens omdømme og tiltrække den nødvendige højtuddannede arbejdskraft, som skal knække kurverne i forhold til det faldende befolkningstal og manglen på kvalificeret arbejdskraft.

– Der er noget historisk ved den her kampagne. Måske er det også en af vores vigtigste. Og det gode er, at vi står sammen med et fælles mål og en fælles dagsorden, sagde direktøren for Esbjerg Erhvervsudvikling, Tom L. Nielsen og skød dermed kampagnen i gang.



Ingelise Terkildsen, HR-chef i Mærsk Olie & Gas, fortalte om virksomhedens motivation for at deltage, da Esbjergs store tilflytterkampagne i går blev præsenteret i Musikhuset. FOTO: ANNETT BRJHN

Vigtig støtte fra erhvervslivet

PARTNERSKAB:

Lokale virksomheder støtter Esbjergs nye tilflytterkampagne.

af Ken Mathiesen
Tlf. 7912 4632, kma@jv.dk

»Kom hjem«. Tidligere i år bad tre store sønderjyske virksomheder de københavnske eksjyder om at smøge ærmerne op og vende næsen hjemad. Om det har hjulpet er uvist, men det er vigtigt at lokale virksomheder bakker op, når en kommune lancerer en tilflytterkampagne, som den Esbjerg Erhvervsudvikling nu har søsat under navnet Career Country, mener en af landet førende branding-eksperter, Glenn Jacobsen.

– Med den mangel på arbejdskraft, som vi oplever, gør virksomheder sig selv en tjeneste samtidig med, at de sikrer området kapital og skattekrone, siger han.

Og netop manglen på kvalificeret arbejdskraft har foreløbigt fået ti af kommunens førende virksomheder til at deltage aktivt i jagten på højt-

uddannede københavnere.

Faktisk viser en rundspørge, at to tredjedele af byens offshorevirksomheder mangler arbejdskraft i et omfang som er direkte hæmmende for deres vækst.

– Vi oplever, at folk flytter en del rundt i branchen, men det hjælper ikke os. Vi må simpelthen skubbe nogle af vores projekter, fordi den nødvendige kapacitet ikke er tilstede, forklarer HR-chef, Ingelise Terkildsen, Mærsk Olie & Gas.

En anden virksomhed, der gerne præsenterer sin karrierejobs er Rambøll Oil & Gas. – Tilflytning kræver, at området kan tilbyde attraktive jobs – og det flere til den samme person. Vi skal kunne tilbyde to karrierer, så begge parter i en familie kan få tilfredsstillet sine karriere-drømme.

– Vi er med i kampagnen, og det er med at få gjort den fælles pulje af karrieretilbud så stor som muligt, siger direktør Kai B. Olsen.

En fælles pulje skal bl.a. sikre, at der er andre muligheder, hvis det første job ikke indfrier forventningerne.

Der skal handling bag ordene

KICK-OFF: Nu skal der handling bag ordene, opfordrede kampagnerådgiver, som selv repræsenterer målgruppen.

af Ken Mathiesen
Tlf. 7912 4632, kma@jv.dk

Jens Gaardbo, den kendte mediciner og fødselshjælper til Esbjergs nye tilflytterkampagne, havde i sit fravær, sendt sin kollega Marie Elkjær, da kampagnen Career Country i går blev præsenteret i Cafe Tonekunsten i Mu-

sikhuset Esbjerg.

Og hun var slet ikke nogen dårlig erstatning.

Som kommunikationsrådgiver har Marie Elkjær nemlig ikke alene beskæftiget sig indgående med kampagnen – hun er også selv en del af målgruppen.

Bo i kolonihavehus

Hun er 32 år, højtuddannet ligesom samleværken, og på grund af tårnhøje boligpriser bosiddende i et kolonihavehus på Amager.

– Jeg er selv prototypen for målgruppen, og derfor har det også været relevant at stille mig selv spørgsmålet: »Hvad skal der til for at jeg og

min omgangskreds flytter til Esbjerg«.

– Svaret er, at to gode jobs forhindrer det, men omvendt er karriere og jobs også den store drivkraft, pointerede hun og forklarede at en rundspørge i forbindelse med kampagnearbejdet afslørede, at jobbet har førstehedsrangorden til lyst til at flytte. Dernæst kommer bolig, familie og økonomi og natur.

Marie Elkjær lagde dog heller ikke skjul på, at selvom Esbjerg med kampagnens udformning allerede er kommet langt, så kan der gøres mere.

– Der skal handling bag ordene. I har forpligtet jer. I kan

» Der skal handling bag ordene. I har forpligtet jer. I kan ikke bare gå ud og sige Career Country uden at have noget at tilbyde.

Marie Elkjær, kommunikationsrådgiver

ikke bare gå ud og sige Career Country uden at have noget at tilbyde.

– Hvis Career Country bare er en hul påstand, rammer den tilbage som en boom-rang, advarede kommunikationsrådgiveren.

Hun opfordrede bl.a. til, at

virksomhederne engagerer en såkaldt karriere-coach, som jævnlig kan turnere mellem områdets arbejdspladser med rådgivning, ligesom hun foreslog, at virksomhederne former et kodeks for, hvad man rent faktisk kan tilbyde.

– Det kunne være en fast ugentlig hjemmearbejdsdag eller fleksitidsordning for medarbejdere med mindre børn og sikkerhed for job til tilflytters ægtefæller, forklarede hun. Blandt andre former for initiativer nævnte hun også udformning af deciderede karriere-programmer og skabelsen af en årlig festival med fokus på forskellige former for karriere.

FAKTA

DE FIRE BUDSKABER

Career Country bæres frem af følgende budskaber: **Karriere** med udsigt. **Danmarks** bedste klima for talenter. **Hus**, have og familieliv. **To** karrierer – 200 kvadratmeter – to millioner.

LÆS MERE

www.careercountry.dk