



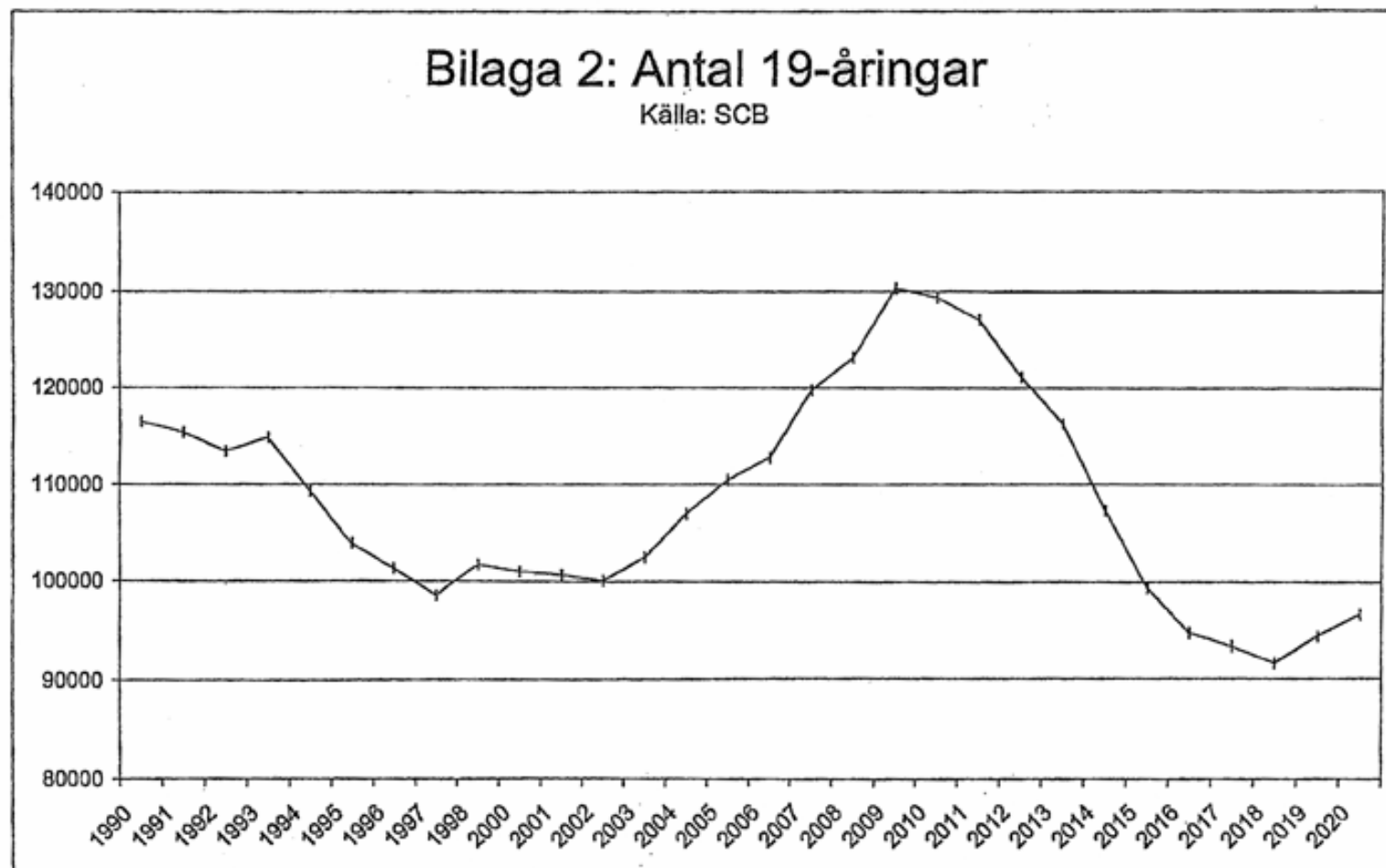
Via Nordica 2008 – session 7

**Lisbeth Wester
Informationschef**

**Lunds Tekniska Högskola, LTH
Lunds universitet**



Åldersgruppen 19 åringar i Sverige 1990-2020





Den nya generationen studenter och medarbetare.

- **Individualisterna tar över!** Stora förändringar är att vänta när 40-talisterna går i pension och 80-talisterna etablerar sig. För Sveriges framtida konkurrenskraft måste 80-talisternas potential utnyttjas. Den som hinner först har som vanligt fördel.
- I Sverige arbetar bl a *Kairos Future* och *Ungdomsbarometern* med att kartlägga den nya generationen – deras tankar om framtiden, studier och karriär bl a
- Kairos Future har arbetat med "Global Youth" – en undersökning bland ungdomar i åldern 16-27 år i 17 länder. De har också gjort undersökningen "Generation Ambition"
 - en studie som genomförts i 6 europeiska länder under 2007.



Några resultat

- "Livskvalitet och status är vad unga vill ha. De flesta väljer god levnadsmiljö framför bra arbetstillfällen och föredrar jobb som inte följer med hem efter dagens slut. Ändå går trenden på sikt mot att söka sig till jobb med hög status och bra karriärmöjligheter"
- "Världens unga tycker att det är viktigt att skaffa sig högre utbildning. 7 av 10 16-29-åringar vill läsa på universitet och 1 av 8 satsar på doktorshatt, men de har olika motivationsgrunder. Unga skandinaver pluggar för att få bra jobb, medan unga amerikaner och italienare vill göra familjen stolt."
- Unga människor går dit de trivs bäst och det räcker inte att erbjuda hög lön och intressanta arbetsuppgifter – det måste finnas goda värderingar, som företaget vågar leva upp till, samt en vilja att låta sina medarbetare växa och utvecklas.
- 8% av tjejerna och 24% av killarna kan tänka sig läsa vidare inom teknik och ingenjörsvetenskap
63% av dessa valde detta område för att de tycker det är ett framtidsyrke/bransch



Vad gör universiteten och högskolorna?

- Målgrupps- o omvärldsanalyser
- Marknadsföringsprojekt från tidig ålder med koncentration på gymnasiet för att attrahera fler att söka ingenjörsutbildningar
- Marknadsföring genom broschyrer, internet, mässor, öppet hus och via nya medier
- Samarbeten mellan högskolor
- Samarbeten med näringslivet och organisationer och regioner



Vad gör företagen? –Några exempel

- Anpassad arbetssituation/miljö
- Attraktiva förmåner för unga människor

Exempel: ur annonstidning för Ericsson i Metro Teknik den 21-27 maj:

"Det är inte bara arbetsklimatet, utmaningarna och karriärmöjligheterna som lockar folk till Ericsson Mobile Platforms.

Företaget är också världsledande när det gäller den tekniska utvecklingen inom mobila plattformar."



Vad kan vi göra tillsammans?

- Samarbeta om värdet och nyttan i utbildningen och vad man kan arbeta med efteråt.
- Visa på bra exempel genom att berätta om alumner.
- Alltid ha med en relevant beskrivning av yrkeslivet i marknadsföringen av utbildningarna – med hjälp av näringsliv o organisationer
- Finnas på de potentiella studenternas arenor tillsammans. t ex annonser, mässor, kataloger

HEJ! VÄLKOMMEN TILL EN LYSANDE FRAMTID SOM INNOVATIV, KREATIV OCH INTERNATIONELL PROBLEMLÖSARE!



Det är elektroingenjören som gör teorin till verklighet! ➡

HÄR UTBILDAR DU DIG
TILL CIVILINGENJÖR INOM ELEKTROTEKNIK!

HÄR FINNS JOBBEN
OCH UTMANINGARNA NÄR DU ÄR KLAR!

 CHALMERS



 Göteborg Energi



VATTENFALL 



 IEEE
Sweden Section



ABB



 BANVERKET



Sony Ericsson

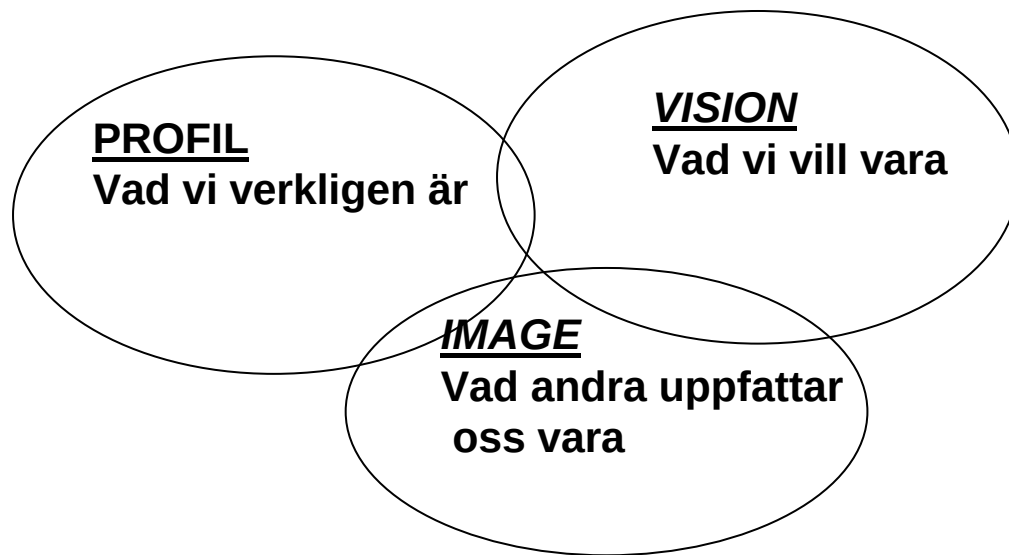


e-on

ERICSSON
TAKING YOU FORWARD



Hur vill vi uppfattas? – Vilken image vill vi ha?





Budskap – väg- och trafiksektorn

- Kompetens utan gränser – betydelsen av en fungerande infrastruktur.
- Målet är människan och välbefinnandet.
- Människan i centrum.
- Ett välbalanserat och genomtänkt trafiksystem för att ge samhället med medborgare och näringsliv välstånd och bärkraftig utveckling.



Några tankar

- **Skaffa kunskap** om omvärlden och målgrupperna.
- Möt målgrupperna och kommunicera ert budskap – **CRM** (Custom Relation Management).
- Skapa **intresse för företaget** genom att använda goda exempel och genom att berätta om företaget och vilken nytta de skapar för samhället.
- Skapa attraktiva **trainee-jobb**.
- **Samarbeta** med skolan och universiteten/högskolorna och andra aktörer för att göra er verksamhet mer känd.
- **Berätta, berätta** om företaget överallt – på internet, i tidningarna, i filmer, på YouTube, i bloggar, i communities, på mässor mm
- **Anpassa er** till behoven hos den nya generationens medarbetare – skaffa konkurrensfördelar.



Ansökningsläget

- Efter en minskning i antalet sökande till civilingenjörsutbildningarna under flera år, ökade antalet sökande något hösten 2007 på LTH.
- Ökningen fortsatte hösten 2008 med +18% för LTH. (Jfr Sverige + 8%.)
- Fler 19-åringar sökte (jfr årskullarna)
- Inom Väg- och vatten har ansökningarna varit stabila de senaste åren.



Sökandetryck 01-06

Summan av alla högskolor.

	Sökande	Platser	Sökandetryck
Civilingenjör			
HT08	9159	5997	1,53
HT07	8287	6030	1,37
HT06	8297	6037	1,4
HT05	9390	5919	1,6
HT04	9517	6356	1,5
HT03	9815	6239	1,6
HT02	10271	6502	1,6
HT01	11116	6397	1,7



Ny generation att attrahera både för utbildning och jobb - "Unga européer i ett globalt perspektiv"

Kairos Future

Hur ser unga människor i olika delar av världen på livet, arbete, samhälle, konsumtion och media? Vilka drömmar har de – vart är de på väg? Världens kanske största undersökning av ungas värderingar och livsstilar – *Global Youth*. 117 länder i Europa, Asien och Nordamerika har Kairos Future genomfört en enkätundersökning i varje land med 1000 ungdomar i åldern 16-29 år och 300 vuxna i åldern 30-50. Därtill har de genomfört dialoger med ungdomar, intervjuat experter och mycket annat.

Ur Pressmeddelande från Kairos Future:

- "Livskvalitet och status är vad unga vill ha. De flesta väljer god levnadsmiljö framför bra arbetstillfällen och föredrar jobb som inte följer med hem efter dagens slut. Ändå går trenden på sikt mot att söka sig till jobb med hög status och bra karriärmöjligheter"
- "Världens unga tycker att det är viktigt att skaffa sig högre utbildning. 7 av 10 16-29-åringar vill läsa på universitet och 1 av 8 satsar på doktorshatt, men de har olika motivationsgrunder. Unga skandinaver pluggar för att få bra jobb, medan unga amerikaner och italienare vill göra familjen stolt."
- "De är måttligt intresserade av att bidra till äldre generationers pensioner och vill inte köpa miljöanpassade produkter eller produkter från företag som tar socialt ansvar, det vill särskilt inte unga svenskar. Konsumtionen styrs av vännernas råd."
- "De flesta ser ljust på sin egen framtid, men mindre ljust på världens framtid."
- "Pengar blir allt viktigare"
- "Unga danskar och indier är mest nöjda med livet, minst nöjda är unga tyskar och japaner."
- "Mycket talar för att vi är snabbt på väg mot en global kultur, för unga i olika länder är mer lika varandra än vuxna."



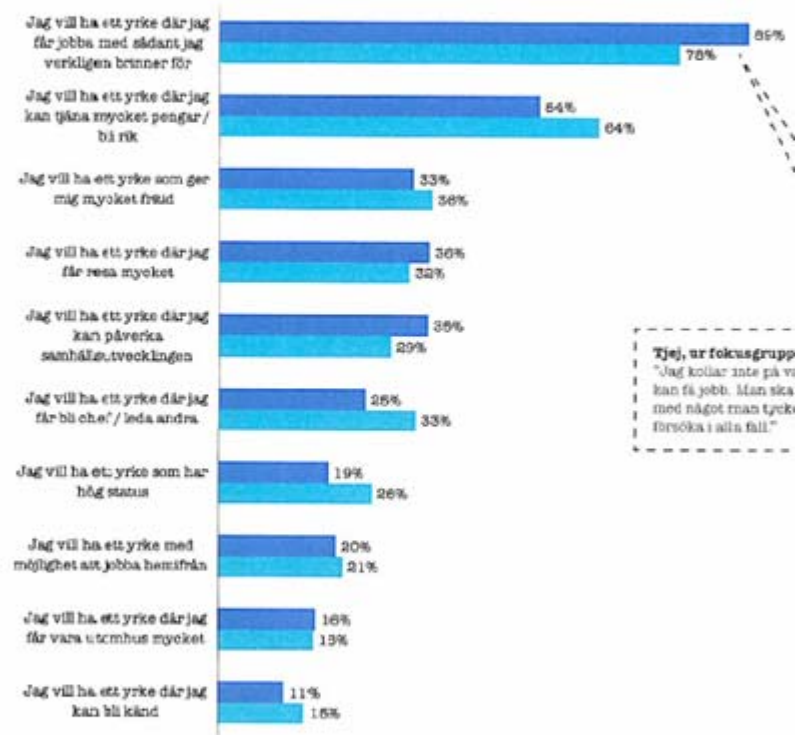
Ny generation att attrahera både för utbildning och jobb

- Generation Ambition – en studie som genomförts i 6 europeiska länder under 2007 – Kairos Future
- Allt färre tycker att jobbet är viktigt för att ge livet mening. Familjen, fritiden och vännerna kommer före.
 - Skapa nöjda medarbetare
 - Förtroendet för närmsta chefen avgörande
 - Unga människor går dit de trivs bäst och det räcker inte att erbjuda hög lön och intressanta arbetsuppgifter – det måste finnas goda värderingar, som företaget vågar leva upp till, samt en vilja att låta sina medarbetare växa och utvecklas.

Inställning till mitt framtida yrke

Nedbrytning: kön

Rangordning: enligt totalresultatet



Tjej, ur fokusgrupp
"Jag kollar inte på vilken man får jobb. Man ska med något man tycker om i alla fall."

Förklaring Frågan etablerades "Var vänlig ta ställning till följande påståenden", och respondenterna fick välja valfritt antal alternativ de instämmer i.

Branscher som känns lockande

Nedbrytning: kön

Position	Tjej	Kille	Totalt
1 Medier/TV/udningar	26%	22%	24%
2 IT/telekom	7%	36%	22%
3 Kultur/design	27%	14%	20%
4 Resor	25%	11%	18%
5 Pedagogiska yrken/läraryrken	23%	11%	17%
6 Kropp/kost/hälsa	29%	9%	16%
7 Vård/omsorg	24%	9%	16%
8 Ekonomi/finans/försäkring	13%	17%	15%
9 Försäljning/marknadsföring/reklam	17%	13%	15%
10 Djur/natur	22%	8%	16%
11 Juridik	16%	14%	14%
12 Handel/konsumtion	15%	10%	12%
13 Akademisk forskning	11%	13%	12%
14 Restaurang/hotell	16%	8%	12%
15 Bygg/fastighet	6%	17%	12%

Kille, ur fokusgrupp:

"Sjukvården brukar ha mycket problem.
Alltid där man arbetar för andra människor
och inte **med** andra människor brukar det
vara bra."

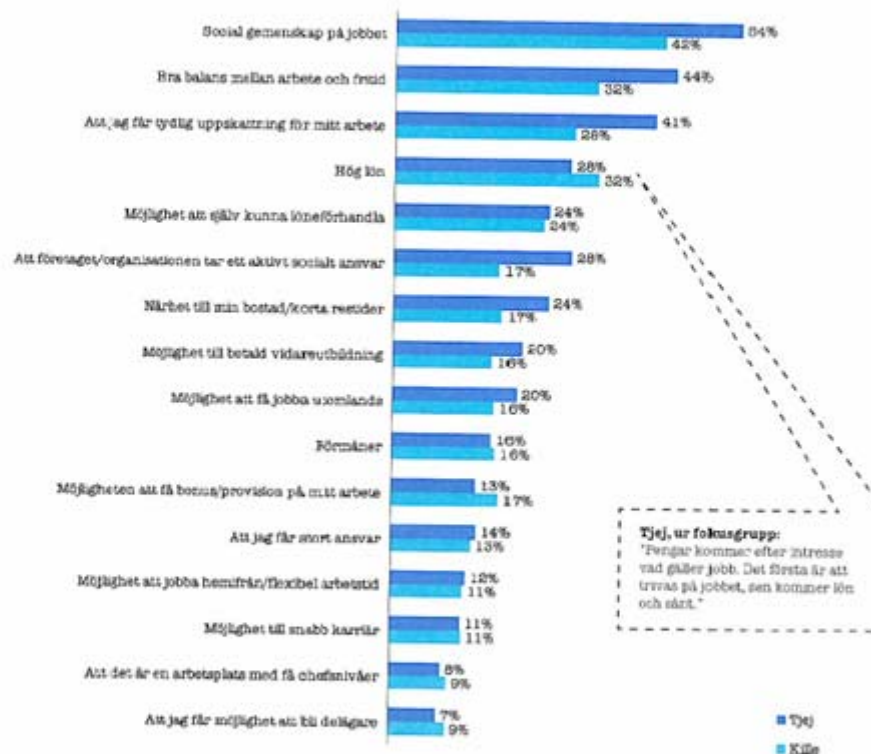
Förklaring Frågan ställdes "Vilken eller vilka av följande
branscher tycker du känns lockande att jobba inom?", och
respondenterna fick välja valfritt antal alternativ.



Mycket viktigt på min framtida arbetsplats

Nedbrytning: kön

Rangordning: enligt totalresultatet



Förklaring Frågan ställdes "Hur viktigt är följande på din framtida arbetsplats?", och respondenterna fick ta ställning på en skala från 1 till 5, där 1-helt oviktigt och 5-mycket viktigt. Resultaten ovan visar hur många som uppgett 5 (mycket viktigt) för respektive alternativ.

Arbetsgivare jag kan tänka mig att jobba för

Nedbrytning: kön

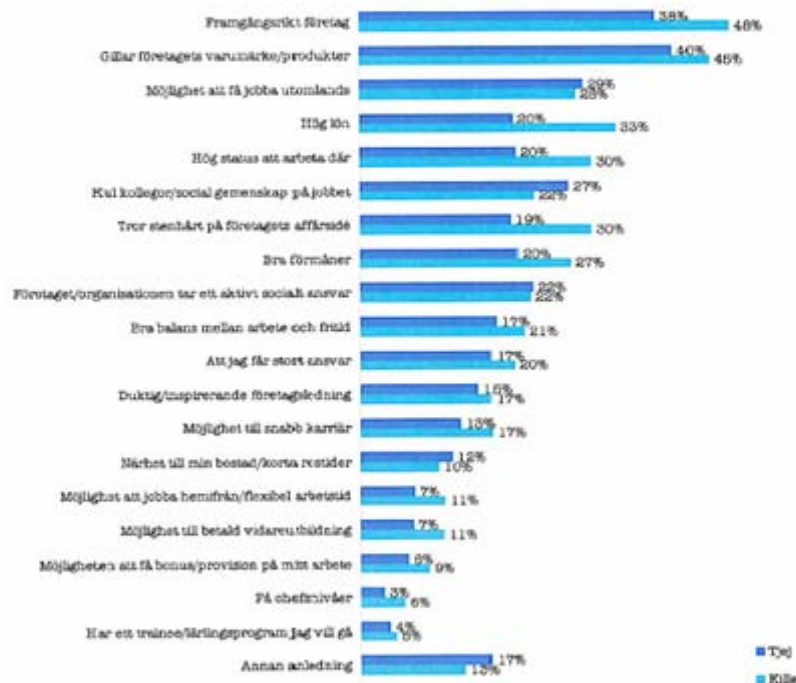
Position				
totalt	tjejer	killar		Totalt
1	1	9	IKEA	23,36%
2	8	1	Sony Ericsson	31,50%
3	3	8	TV 4	26,99%
4	16	2	Microsoft	26,92%
5	4	14	Kanal 5	26,43%
6	13	3	Ericsson	26,43%
7	2	47	Hennes & Mauritz	24,95%
8	23	4	Google	23,39%
9	16	7	Nokia	23,03%
10	7	17	Sveriges Television	22,64%
11	28	6	Volvo	22,19%
12	27	5	Dell	22,08%
13	12	16	Polisen/polismyndigheten	19,79%
14	19	13	Coca-Cola	19,63%
15	14	16	BAS	18,96%
16	6	63	Fritidresor	17,62%
17	20	20	Canon	17,70%
18	40	10	Fujitsu Siemens	17,13%
19	8	90	L'Oréal	16,99%
20	31	21	Swedbank	16,64%
21	42	12	Saab	16,67%
22	10	30	Sveriges Radio	16,67%
23	34	19	Elgiganten	16,19%
24	11	33	Stadium	16,10%

Position				
totalt	tjejer	killar		Totalt
37	46	25	SIDA	11,66%
38	29	54	Aria Foods	11,66%
39	30	52	Utrikesdepartementet	11,49%
40	51	24	Electrolux	11,47%
41	41	34	SEB	11,35%
42	36	46	Handelsbanken	11,20%
43	38	49	Intersport	10,86%
44	66	26	Vattenfall	10,81%
45	57	31	Telenor	10,64%
46	53	37	Tre	10,37%
47	69	28	Scania	10,29%
48	58	32	TeliaSonera	10,27%
49	35	57	Posten	10,24%
50	37	67	Scandic	9,71%
51	89	42	Banverket	9,62%
52	65	39	Lufthartsverket	9,53%
53	21	73	Sida	9,51%
54	64	44	E.ON	9,13%
55	61	27	Digital Illusions (Dice)	9,04%
56	39	70	Stockholms Stad	8,64%
57	52	56	Tetra Pak	8,70%
58	99	29	Cisco Systems	8,70%
59	48	62	Ernst & Young	8,38%
60	77	43	HCC	8,37%

Anledningen till att jag valde X i första hand

Nedbrytning: kön

Rangordning: enligt totalresultatet



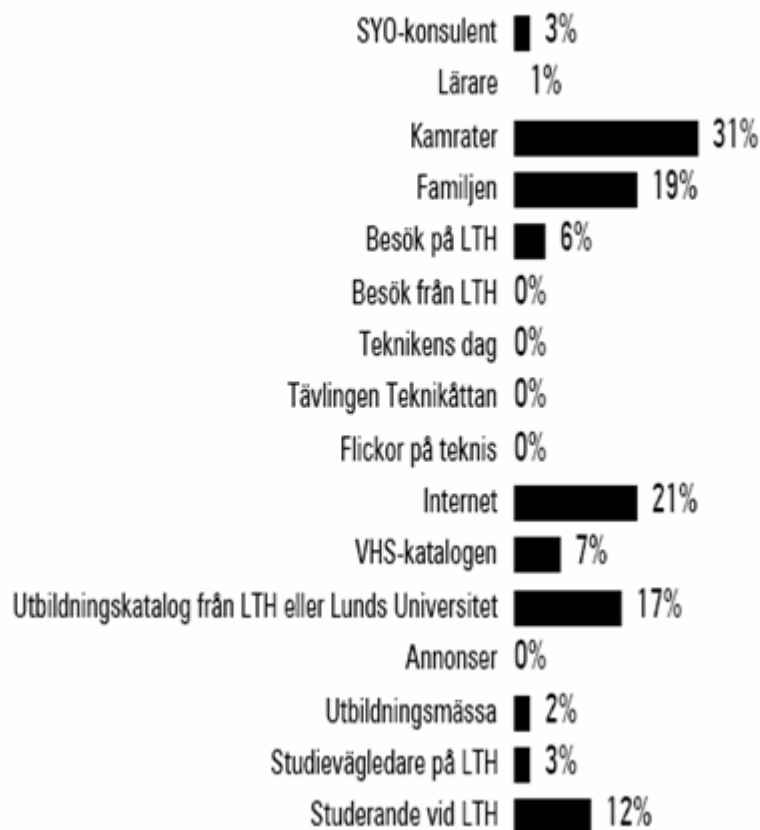
Förklaring Frågan ställdes "Vilken eller vilka är anledningarna till att du valde just X som din favoritarbetsgivare?", där X är den arbetsgivare som respondenten i föregående fråga uppgav som sitt förstahandsval. Respondenterna fick välja valfritt antal alternativ.

Kommentar Framgång och ett starkt varumärke hamnar i topp när ungdomarna talar om på vilka grunder de väljer sina favoritarbetsgivare. Så gott som samtliga faktorer anses viktigare av killarna än av tjejerna (undantaget är kul kollegor/social gemenskap på jobbet) – främst för allt de som kretsar kring framgång, hög lön, status, affärsidéer och förmåner. Vilka andra värden, som inte framträder här, tror du appellerar till tjejer?



Målgruppsanalyser – ett exempel "EWS" LTH Väg- och vattenbyggnadsprogrammet

13. Vilken av ovanstående informationskällor var avgörande för att du sökte till LTH?





Målgruppsanalyser – ett exempel "EWS" LTH Väg- och vattenbyggnadsprogrammet

9. Vad var det som främst gjorde att du valde detta utbildningsprogram?

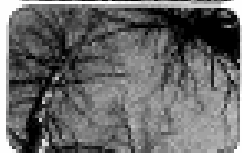




Några exempel på samarbeten LTH-företagen/branschorganisationerna

- Lantmäteriverket tillsammans med andra aktörer inom samhällsbyggnadsområdet
- Byggbranschen
- Elektroteknik
- Mobile Heights – IT och Elektroteknik

Jag är samhällsbyggare!



	ja	nej
Vill du ha ett litet och omväxlande jobb?	☐	☐
Vill du jobba med människor?	☐	☐
Är du en problemlösnare?	☐	☐
Är du intresserad av miljö och klimat?	☐	☐
Drömmar du om att arbeta utomlands?	☐	☐

Har du svarat ja på de flesta av frågorna? Då kan samhällsbyggare/ingenjörer vara något för dig!

Du kan utbildas dig på flera platser i Sverige. Utbildningarna är breda och ger många möjligheter. Du blir allmänbildad. Du studerar bland annat juridik, ekonomi, teknik och miljövetenskap.

Tävla och vinn en mobil med internetgång!

Gå in på www.sambbygg.se och tävla på en kort film. I kombination till filmen finns en fråga som du ska besvara.

På webbplatsen hittar du också länkar till utbildningarna och till företag som anställer samhällsbyggare/ingenjörer.





Mobile Hights

- ” Mobile Heights är samlingsnamnet för all den verksamhet, all den innovationsförmåga, all den kompetens och alla de människor, företag och offentliga aktörer som agerar tillsammans i vår region för att bli ett världsledande center för mobil kommunikation”
- Verksamhetsidén är att ”stimulera ett konstruktivt samspel mellan företag, högskolor och samhällsaktörer i regionen.”



BUDSKAP

- Nyckelorden är *nytta och anpassning efter målgruppen*
- Kommunikationen kan ske på olika fysiska och elektroniska platser; mässor, i skolor, annonser, via Communities, filmer, bloggar, wiki, Lunastorm, Facebook mfl platser
- Kommunikationen kan ske när som helst.....



Några tankar

- **Skaffa kunskap** om omvärlden och målgrupperna.
- Möt målgrupperna och kommunicera ert budskap – **CRM** (Custom Relation Management).
- Skapa **intresse för företaget** genom att använda goda exempel och genom att berätta om företaget och vilken nytta de skapar för samhället.
- Skapa attraktiva **trainee-jobb**.
- **Samarbeta** med skolan och universiteten/högskolorna och andra aktörer för att göra er verksamhet mer känd.
- **Berätta, berätta** om företaget överallt – på internet, i tidningarna, i filmer, på You Tube, i bloggar, i communities, på mässor mm
- **Anpassa er** till behoven hos den nya generationens medarbetare – skaffa konkurrensfördelar.