



danske  
erhvervs  
akademier



**Strategi for Danske Erhvervsakademier 2018-2021**





# Erhvervsakademierne gør Danmark klar til fremtidens arbejdsmarked

Arbejdsmarkedet udvikler sig med hastige skridt i disse år. Det er svært at argumentere mod. Digitalisering, nye platforme og nye teknologier forandrer med hidtil uset hast måden, vi indretter virksomheder og forstår både lokale og globale markeder.

De nye teknologier åbner fantastiske muligheder for virksomhederne til at opbygge ny forretning og løfte det eksisterende – til stor værdi for det danske samfund. Men udviklingen kræver, at vi i Danmark formår at gribe mulighederne og følge med fremfor at stritte imod.

Uddannelsessystemet spiller en helt afgørende rolle i den sammenhæng. Uden adgang til kvalificeret arbejdskraft vil virksomhederne ikke være i stand til at omstille og udvikle sig. De vil enten sakke bagud i det globale kapløb eller være tvunget til at flytte forretningen derhen, hvor kompetencerne findes. Den arbejdskraft kan erhvervsakademierne levere.

Der er med andre ord behov for, at vores arbejdsstyrke er skarpere end nogensinde før, og dermed er der behov for, at erhvervsakademierne er skarpere end nogensinde før.

Som Danmarks primære leverandør af kvalificeret arbejdskraft til de private virksomheder er det sektorens opgave konstant at omstille sig, tilpasse sig den nyeste udvikling og sikre høj beskæftigelse for sine dimittender.

På samme måde skal erhvervsakademierne løfte de medarbejdere, der allerede er på arbejds-

markedet, men som behøver nye kompetencer for at kunne løse deres opgaver og skabe værdi i virksomheden.

Erhvervsakademierne skal omfavne den digitale og teknologiske omvæltning, der sker i disse år. Institutionerne skal gå forrest, når det kommer til at redefinere og nytænke undervisningen, så den ikke bare er en digital udgave af det, vi kender i dag. Undervisningen skal være født digital, den skal spejle den nyeste teknologi og sigte direkte mod det arbejdsmarked, der kræver det.

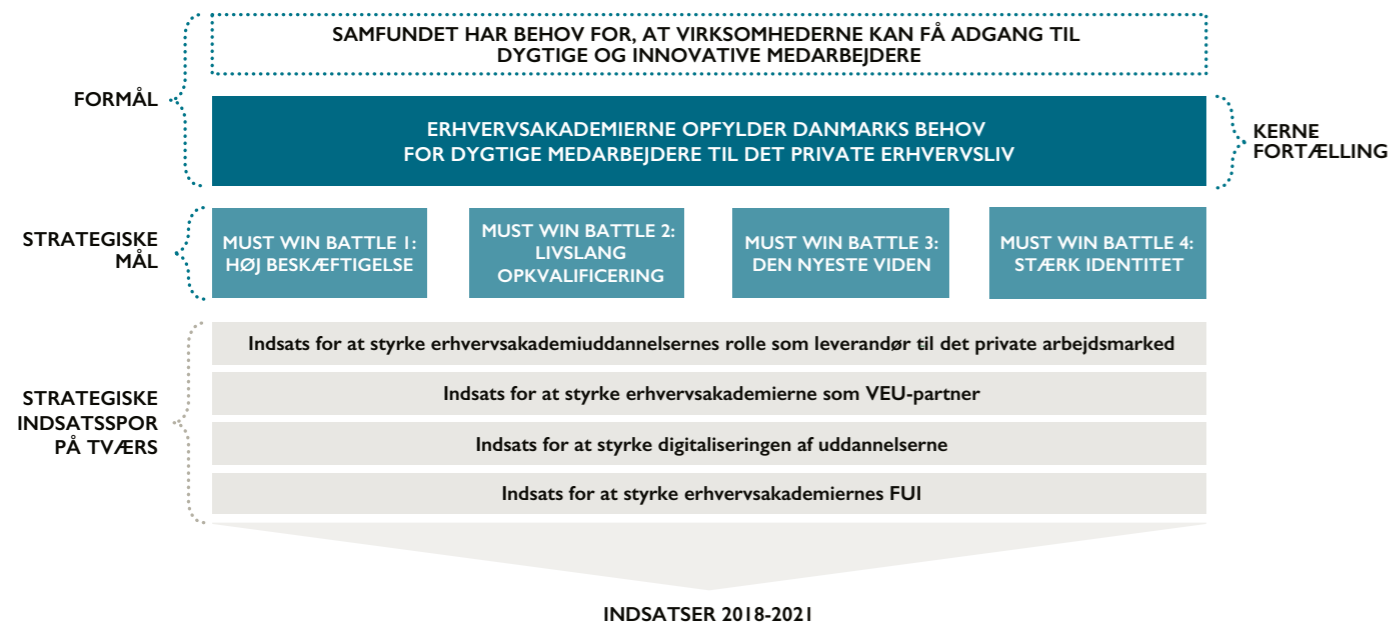
Erhvervsakademiernes arbejde med at opfylde arbejdsmarkedets behov skal ske på baggrund af den nyeste viden i Danmark og i resten af verden. Institutioner og undervisere skal basere undervisningen på den nyeste viden og fortsat udbygge og styrke innovationssamarbejder med virksomhederne. Det er på dette grundlag, at erhvervsakademierne skal bygge deres uddannelser. Dermed ved virksomhederne, at de nye medarbejdere kan skabe værdi fra dag ét i et konkurrencepræget, globalt marked.

Denne strategi viser retningen for erhvervsakademierne over de næste år. Der er behov for, at både sektoren og institutionerne har pejlemærkerne på plads, når nye teknologier revolutionerer det arbejdsmarked, som sektoren hver dag arbejder for at understøtte og stimulere. Strategien er sektorens fælles afsæt for, hvordan den nye udvikling skal gribes, og hvordan erhvervsakademierne fortsat skal løse opgaven med at levere dygtige medarbejdere til internationalt orienterede virksomheder og gøre Danmark klar til fremtidens arbejdsmarked.



# Sektorstrategi

Danske Erhvervsakademiers sektorstrategi dækker perioden 2018-2021 og skaber fælles retning for sektorens institutioner:



## Must win battle 1: høj beskæftigelse

Erhvervsakademiernes kerne er at imødekomme virksomhedernes behov for dygtige medarbejdere. Høj beskæftigelse for dimittender er et afgørende pejlemærke, idet det vidner direkte om, hvorvidt erhvervsakademierne formår at løfte opgaven.

## Must win battle 2: livslang opkvalificering

Erhvervsakademierne vil imødekomme behovet for, at medarbejdere bliver opkvalificeret hele livet. Fleksible videre- og efteruddannelses tilbud skal udgøre en central del af institutionernes opbygning og identitet.

## Must win battle 3: den nyeste viden

Erhvervsakademierne imødekommer samfundets behov for viden, der ruster Danmark til fremtiden. Uddannelse samt forsknings- og innovationsaktiviteter skal skue fremad og være baseret på den nyeste viden inden for det givne felt. Sektoren skal være baseret på den nyeste viden og være gennemsyret af digitalisering på tværs af didaktik, tematik og administration.

## Must win battle 4: stærk identitet

Erhvervsakademiernes identitet skal cementeres blandt både stakeholdere og studerende. Rollen som leverandør af dygtige medarbejdere til det private arbejdsmarked skal stå tydeligt og være grundlaget for et robust omdømme.

# Strategiske indsatser på tværs

For at kunne løfte sektorens fire Must Win Battles og cementere erhvervsakademiernes plads i uddannelseslandskabet igangsættes en række indsatser, der fordeler sig på fire tværgående spor:

- 1. Indsats for at styrke erhvervsakademierne som leverandør til det private arbejdsmarked**
- 2. Indsats for at styrke erhvervsakademierne som VEU-partner**
- 3. Indsats for at styrke digitaliseringen af erhvervsakademierne**
- 4. Indsats for at styrke erhvervsakademiernes FUI**

Strategien indeholder – sideløbende med de fire indsatsspor – også en selvstændig delstrategi for kommunikation, der skal gennemsyre de øvrige indsatser og udgøre grundlaget for, at sektoren offensivt kommunikerer erhvervsakademiernes identitet til interessenterne.

## 5. Kommunikationsstrategi

De følgende afsnit uddyber hvert spor og redegør for de specifikke indsatser:









# 1. Indsats for at styrke erhvervsakademierne som leverandør til det private arbejdsmarked

Overgang til privat beskæftigelse er en central del af erhvervsakademiernes identitet. Samtidig ligger emnet højt på den uddannelsespolitiske dagsorden. Det er derfor essentielt, at erhvervsakademierne løfter opgaven med at uddanne dimittender direkte til beskæftigelse på det private arbejdsmarked. Videre skal uddannelsesporteføljen til enhver tid matche efterspørgslen og give de rette kompetencer til tiden. Det skal være gennemskueligt, hvilke uddannelses tilbud akademierne har, så de studerende, kursisterne og arbejdsgiverne ved, hvad de skal vælge. Og det skal stå klart, hvilke færdigheder og kompetencer man kan forvente at få ud af den enkelte uddannelse, det enkelte modul eller ved ansættelse af en dimittend.

## Udfordringer

Der er grundlæggende tre omstændigheder, der udfordrer erhvervsakademiernes rolle som leverandør til det private arbejdsmarked:

### 1. Generelt match-niveau

På nogle uddannelser er dimittendledigheden høj, og dimittendernes kompetencer flugter ikke med erhvervslivets behov. Det står i kontrast til sektorens kvalitetsforståelse og formålet med at levere de behøvede kompetencer til det private erhvervsliv.

### 2. Ugennemsigtig uddannelsesmodel

Der er mange uddannelser og forgreninger samt muligheder for at bygge ovenpå dem, men det samlede uddannelsesbillede på erhvervsakademierne er ikke tilstrækkeligt transparent for studerende og aftagere.

### 3. Særlig praktikstatus

Erhvervsakademiernes særstatus med en nær erhvervstilknytning gennem den obligatoriske praktik er under pres, idet universiteterne i stigende grad integrerer praktikorienterede forløb i deres uddannelser.

## Mål

### • Sikre tidssvarende og efterspurgte kompetencer hos dimittender

Dimittendernes kompetencer skal møde behovet fra det private arbejdsmarked.

### • Højnet beskæftigelse for dimittender

Beskæftigelsen for dimittender skal styrkes ved at skærpe uddannelsernes profil og faglige progression, så både de studerendes og arbejdsmarkedets behov imødekommes. Det generelle niveau for dimittender i relevant beskæftigelse skal højnes.

### • Et overskueligt uddannelsessystem

Uddannelsessystemet skal være enklere og mere gennemskueligt til gavn og glæde for både studerende og aftagere. Dette understøtter direkte initiativerne i Regeringens vækstpakke, der sigter mod en større gennemsigthed i uddannelsesudbuddet og færre uddannelser.

### • Sikre kritisk masse af dimittender til arbejdsmarkedet

Andelen af unge, der søger ind på erhvervsakademiernes uddannelser, skal fastholdes eller øges.

## Initiativer

### • Undersøgelse og kortlægning af den nuværende situation

Der igangsættes et arbejde med at danne overblik over problemstillingernes omfang ved at indhente relevant viden og data. Herunder 1) en opgørelse af beskæftigelsestal for både erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser, 2) en undersøgelse af de studerendes forventninger til videreuddannelse, 3) en analyse af uddannelsesrejser igennem systemet, og 4) desuden indhentes eksisterende analyser om udviklingen i brancher inden for de merkantile og tekniske brancheområder.

### • Karrierevejledning til de studerende

Indsatsen indledes med en analyse af beskæftigelseseffekten ved at indføre studieforberedende samtaler på udvalgte akademier. Fokus her skal være at sikre et endnu bedre match mellem studerendes uddannelsesønsker og arbejdsmarkedets behov for kvalificeret arbejdskraft. Videre udvikles et koncept til den løbende indsats for at forberede de studerende på, hvad det vil sige at være på en arbejdsplads.

### • Etablering af "Praktikum"

Der etableres et forløb for unge med gymnasial baggrund fx STX, så de kan opkvalificeres på det teknisk faglige område, hvor der er et stigende behov for dimittender. Fælles ansøgning om forsøg på forløb er sat i proces og følges op af yderligere pilotforsøg og evaluering.

### • Styrket indsats for beskæftigelse af internationale studerende

Der igangsættes initiativer for at styrke de internationale dimittenders employability. Projektet, E2E (Education to Employment), videreføres. Der iværksættes konkrete aktiviteter i den resterende del af strategiperioden for at klæde studerende og virksomheder bedre på og dermed sikre et godt match mellem dem.

## 2. Indsats for at styrke erhvervsakademierne som VEU-partner

Efter- og videreuddannelsesaktiviteterne fylder mere og mere i den uddannelsespolitiske debat og er helt aktuelt med trepartsaftalen om VEU fra oktober 2017. Digitalisering og nye teknologier kræver, at uddannelserne formår at tilpasse sig behovet for opkvalificering af den nuværende arbejdsstyrke. For at modsvare arbejdsmarkedets nye behov skal sektoren udgøre en central VEU-partner for det danske samfund.

Området er videre specifikt nævnt som et indsatsområde for erhvervsakademierne i de nye rammekontrakter under fokusområdet "Relevans og kompetencebehov – Forsyning af efter- videreuddannelsesaktiviteter og øvrig kompetenceudvikling til aftagerne". Erhvervsakademiernes agile størrelse og responsivitet i forhold til virksomhedernes behov gør dem særligt i stand til at løfte denne opgave.

### Udfordringer

Der er grundlæggende fire omstændigheder, der udfordrer erhvervsakademiernes rolle som VEU-partner:

#### 1) Det tekniske område halter efter

På det merkantile fagområde er der en lang tradition for efteruddannelse af medarbejdere på alle niveauer, mens det tekniske område altid har været problematisk. Aktiviteterne har været begrænsede – til stor bekymring for organisationer på såvel arbejdstager- som arbejdsgiverside.

#### 2) Et konkurrencepræget marked

VEU-området er genstand for stor opmærksomhed. Flere forskellige aktører inden for det danske uddannelsessystem kommer til at satse på at dække efter- og videreuddannelsesaktiviteter. Aktivitetsniveauet og dermed potentialet for sektoren er meget afhængig af rådgivning, vejledning, virksomhedsbesøg, information og egentlige markedsføringsaktiviteter.

#### 3) Geografi og akademiernes formelle dækningsområder

Området er generelt konkurrencepræget. Særligt de virksomhedstilpassede uddannelsesforløb er udsat. De ministerielt fastsatte dækningsområder mister betydning. Store virksomheder er landsdækkende og gennemfører derfor efteruddannelse på tværs af akademiernes formelle dækningsområder.

#### 4) Lille kendskab til værdien af erhvervsakademiernes VEU-tilbud

Undersøgelser viser, at erhvervsakademiernes videre- og efteruddannelses tilbud skaber stor tilfredshed hos både kursister og virksomheder. Ikke desto mindre er kendskabet til erhvervsakademiernes tilbud ikke stort, og de mangler en tydelig profil.

### Mål

#### • Sikre erhvervsakademiernes fortsatte relevans på området

I gennem fortsat udvikling og tilpasning af eksisterende tilbud skal sektoren sikre, at andelen af efter- og videreuddannelsesaktiviteter på erhvervsakademierne udbygges. De udgør i dag ca. 25 % af de samlede efteruddannelsesaktiviteter på det videregående uddannelsesområde.

#### • Udbyde efter- og videreuddannelse på et landsdækkende niveau

Sektoren skal kunne udbyde fleksibel opkvalificering i hele landet for at opnå status som central VEU-partner. Erhvervsakademierne skal kunne imødekomme behovet for bred uddannelsesdækning på tværs af regionalt definerede grænser.

#### • Opbygge efter- og videreuddannelsesaktiviteter inden for nye områder

Alt tyder på, at der i de kommende år vil opstå et marked for korte kurser inden for særlige faglige felter, hvor målgruppen ikke er den traditionelle studerende, der efterspørger en hel akademi- eller diplomuddannelse. Det vil typisk være inden for stærkt specialiserede, ofte tekniske eller digitale kompetencefelter. Her vil samarbejde og koordinering kunne styrke det enkelte akademis udbud.

### INITIATIVER

#### • Landsdækkende forsyningsikkerhed og koordinering ved udbygning af "Byg ovenpå"-portalen

"Byg ovenpå"-portalen har betydet øget transparens og tilgængelighed i det samlede udbud af efteruddannelses tilbud på det tekniske område. Den skal bruges som fundament for at udvikle en udvidet portalløsning, som omfatter hele efteruddannelsesporteføljen på erhvervsakademierne, indtil der kommer en fælles national løsning for alle VEU-aktiviteter.

#### • Udvikling af korte, intensive og fleksible forløb inden for specifikke kompetenceområder

Arbejdet indledes med en analyse af, hvad der driver behovet for efter- og videreuddannelsesudbud. Der udvikles modeller til hurtig udvikling af nye forløb, fx mikrolæringsforløb, i samarbejde med aftagerne og på tværs af sektoren. Dette vil ske i tæt sammenhæng med initiativerne i trepart, hvor der også er fokus på dette område.

#### • Samarbejde om udvikling af modeller til kompetenceafklaring og karriererådgivning – karrierelæring for voksne

På baggrund af den store interesse, der har været hos både virksomheder og medarbejdere for systematiske tilbud om rådgivning vedrørende karriereplanlægning samt kompetenceafklaring og -udvikling, udvikles en model for landsdækkende tilbud.

### 3. Indsats for at styrke digitaliseringen af erhvervsakademierne

Digitalisering udgør unægteligt en afgørende faktor, når det kommer til arbejdsmarkedets behov både nu og i fremtiden. Derfor er det helt centralt, at erhvervsakademierne løfter opgaven og bliver den digitaliserede sektor i uddannelseslandskabet. Erhvervsakademierne skal være med til at redefinere og innovere undervisningen ved at understøtte undervisningen med nye teknologier. Sektoren vil aktivt bidrage til et øget samarbejde på tværs af institutioner, der fremmer udviklingen af digitaliseringen og læringen.

Digitaliseringen af erhvervsakademierne er tredelt: Dels skal erhvervsakademiernes produkt, uddannelse til job, digitaliseres i både didaktisk og faglig forstand. Dels skal uddannelserne klæde de studerende på til at begå sig på et digitaliseret arbejdsmarked. Og endelig skal selve administrationen af institutionerne digitaliseres inden for områder, hvor der er stort potentiale og synergieffekter at hente.

#### Udfordringer

Der er et stort potentiale for sektoren ved digitalisering af erhvervsakademierne. Men processen har en række udfordringer, før det kan blive en succes:

#### 1) Implementering kræver bredt sektorielt samarbejde

Digitalisering af såvel uddannelser som administration er omkostningstungt og svært opnåeligt for det enkelte akademi. Sektoren kan igennem nationalt samarbejde på tværs opnå bedre resultater.

#### 2) Uddannelse er ikke digitalt født

Uddannelsessystemet er ikke født digitalt og kræver derfor væsentlig oversættelse til den nye platform. Det er centralt, at digitaliseringen af sektoren ikke sker som et enkeltstående projekt, men nærmere bliver en indsats, der gennemsyrrer alle aktiviteter.

#### 3) Medarbejdere skal klædes på

Institutionernes medarbejdere skal have en central rolle og være ambassadører for udviklingen, hvis en digital omstilling skal lykkes. Det fordrer et arbejde for at ændre selvforståelsen i de faglige miljøer og sørge for, at udviklingen sker organisk.

#### 4) Manglende viden og erfaring

Digitaliseringsprocesser er ofte præget af trial and error-forløb, hvor børnesygdomme og fejl ofte præger de første løsninger. Der er behov for viden og erfaring fra lignende cases for at undgå, at projekter kuldsejler.

#### Mål

##### • Digitale dimittender

Studerende på et erhvervsakademi skal dannes og arbejde digitalt. Det vil sige, at man ikke bare oplever digital didaktik og faglighed, men at man også lærer at begå sig i en digital verden og på et digitalt marked.

##### • Forskellige fagområder digitaliseres via samarbejde

Akademierne skal løbende digitalisere de enkelte fagområder i en tværsektoriel proces, hvor institutionerne sammen udruller de digitale indsatsen.

##### • Administrative opgaver, studievejledning og kvalitetssikring optimeres

Digitalisering giver nye muligheder for at løfte rammerne om et uddannelsesforløb. Processerne omkring administrative opgaver, studievejledning og kvalitetssikring optimeres gennem omfattende digitalisering.

#### Initiativer

##### • Digital kompetenceudvikling af undervisere og administrative medarbejdere

Nationale projekter for digital kompetenceudvikling etableres for, at vi kan flytte os i fællesskab. Vi lærer bedst og mest effektivt sammen.

##### • Nye digitale leveranceformer som mikrolæring og nano degrees

Undervisningen udvikles løbende, og nye tidssvarende produkter udvikles med fokus på erhvervslivets behov og kravene til de studerendes kompetencer. Vi udvikler derfor uddannelse i mindre bidder og gennem nye leveranceformer.

##### • Digital udvikling og deling af læringsobjekter og valgfag

Der etableres fælles digitale fora for udvikling og deling af digitale læringsobjekter. Digitale læringsobjekter kan genbruges flere gange og mange steder.

##### • Digital studievejledning, learning analytics og benchmarking

Der igangsættes en indsats for at udnytte potentialet i learning analytics til at forstå effekten af undervisningen og til at vejlede de studerende bedre i det daglige.

##### • Digitaliseringsindsats i forbindelse med beskæftigelsesanalyser

Vi vil indsamle og bearbejde information om vore dimittenders beskæftigelse og karriere digitalt, effektivt og ensartet med henblik på at sikre uddannelsernes relevans.

## 4. Indsats for at styrke erhvervsakademiernes forskning og innovation

Det er en central del af erhvervsakademiernes DNA at varetage praksisnære og anvendelsesorienterede forskning, udviklings- og innovationsaktiviteter (FUI) og aktivt medvirke til, at ny viden tilvejebringes og bringes i anvendelse. Videre bygger erhvervsakademiernes uddannelser på et fundament af forsknings- og innovationsviden inden for de relevante fagområder. Samtidig gør en vis ensartethed i fremgangsmåden også kommunikationen omkring sektorens forsknings- og innovationsaktiviteter mere enkel og troværdig.

### Udfordringer

Erhvervsakademiernes arbejde med forskning og innovation skaber stor værdi for virksomhederne og er en vigtig del af grundlaget for uddannelserne. Men sektorens rolle som værdiskabende vidensorganisation er udfordret på tre punkter:

#### 1) Virksomhederne har brug for viden

Virksomhederne har behov for ny viden, som kan innovere produkter, processer, leveranceformer og services. Viden skal komme i en form, som virksomhederne kan håndtere. Der er behov for at øge erhvervsakademiernes FUI-samarbejde med virksomhederne.

#### 2) Vejen fra projekt til undervisningslokale

Den nyeste viden skal altid finde vej ind i undervisningen, så erhvervsakademierne kan leve op til deres primære opgave at levere dygtige og innovative medarbejdere til det private erhvervsliv.

#### 3) Manglende viden om værdien af forsknings- og innovationsaktiviteter

Erhvervsakademierne forbindes ikke med forskning, hvilket ofte resulterer i, at sektoren heller ikke forbindes med den nyeste viden. Der er behov for at sektorens interessenter ved mere om måden, der arbejdes med videnskredsløb på.

### Mål

#### • Bringe viden i anvendelse

Erhvervsakademierne skal have særligt fokus på projekter, der gennemføres sammen med virksomhederne for at bidrage til vækst og innovation i erhvervslivet.

#### • Styrke videnskredsløb

Uddannelsernes videnskredsløb udvikles, så samspillet mellem viden, virksomheder og uddannelse styrkes.

#### • Sikre bredere viden i omverdenen om resultaterne og potentialet af forsknings- og innovationsarbejdet

Værdien af akademiernes forsknings- og innovationsindsatser synliggøres for virksomhederne og interessenterne.

### Initiativer

#### • Mere viden i anvendelse i virksomhederne

De enkelte akademier vil i strategiperioden have særligt fokus på projekter, der gennemføres sammen med virksomhederne, og hvor viden efterfølgende bliver spredt til andre virksomheder eller brancher. Der udarbejdes anbefalinger for samarbejde med virksomheder, blandt andet baseret på erfaringer med succesfuld implementering af forskningsresultater i virksomhederne.

#### • Kompetenceløft for underviserne

Underviserne på akademierne er de centrale aktører i akademiernes FUI-aktiviteter. Et succesfuldt løft af sektorens aktiviteter kræver et løft af undervisernes FUI-kompetencer og evne til at samarbejde med forskere.

#### • Kvalitetssikring af FUI på erhvervsakademierne

Det er centralt for sektorens omdømme og profil, at forskning og innovation opleves som værdiskabende for det private erhvervsliv og de studerende. I strategiperioden arbejdes der med at løfte det generelle niveau af aktiviteterne. Et forskningsfundament for sektoren skal drøftes og beskrives på tværs af institutioner og udarbejdes af Forskningspolitisk Udvalg under Danske Erhvervsakademier.

#### • Anbefalinger for succesfuld videnscirkulation fra forskning til klasserum

Der findes allerede mange gode forskellige initiativer og modeller på tværs af sektoren, som skal deles. Der er behov for uddybelse af vidensgrundlagsbegrebet, hvoraf erhvervsakademiernes egen forskning kun er en mindre del. Der er også et stort og uudnyttet potentiale for cirkulation af viden om brug af andres forskning, viden fra praksis og egen forskning i kombination på tværs af erhvervsakademierne.

#### • Anbefalinger for samarbejde med andre vidensinstitutioner

Der udarbejdes en række anbefalinger for samarbejde med andre vidensinstitutioner, som GTS-institutter og universiteter. Der foreligger allerede gode erfaringer, men de kan med fordel samles og bruges på tværs.

#### • Videreudvikling af EAViden og årlig forsknings- og innovationsopsamling

EAViden er interessenternes vindue til sektorens forskningsaktiviteter. Sitet optimeres, og der udvikles planer for kommunikation om både site og enkeltprojekter. Videre udarbejdes en årlig opsamling på forskningsprojekter fra EAViden. Opsamlingen kan både fungere som offensiv kommunikation og skabe internt overblik over, hvilken type projekter sektoren har lavet.

#### • Anbefalinger for samarbejde med virksomheder

Der udarbejdes anbefalinger for samarbejde med virksomheder, og der indsamles erfaringer med succesfuld implementering af forskningsresultater i aftagererhvervene. Der foreligger gode erfaringer, men de kan med fordel samles og bruges på tværs.







## 5. Kommunikationsstrategi

Kommunikationsstrategien giver en samlet ramme for Danske Erhvervsakademiernes og institutionernes kommunikation i den kommende strategiperiode. Kommunikationsstrategien tager udgangspunkt i sektorstrategiens retning og skal understøtte arbejdet med de strategiske indsatser. Strategien er et initiativ i sig selv og sigter mod at skærpe sektorens identitet, som beskrevet i Must Win Battle nummer 4. Strategien er baseret på analyser af centrale målgruppers syn på sektoren og det uddannelsespolitiske landskab som hele.

### Udfordringer

Erhvervsakademiernes vision er at skabe værdi for det danske samfund ved at levere efterspurgte dimittender til det private arbejdsmarked. Men selvom sektoren er etableret med bred opbakning hos erhvervsliv, politikere og arbejdsmarkedets parter, befinder den sig i dag i en situation, hvor eksistensgrundlaget er presset fra flere sider:

<b>IDENTITET</b>	Erhvervsakademiernes skaber værdi ved at uddanne dygtige medarbejdere direkte til job i det private erhvervsliv, men en række interessenter og aktører har ikke tilstrækkeligt kendskab til fortælling.
<b>KVALITET</b>	Det er centralt at erhvervsakademiernes forbindes med kvalitetsuddannelser, både for den enkelte og for samfundet.
<b>EGEN RET</b>	Erhvervsakademiernes samspil med det private erhvervsliv og institutionernes unikke fokus er grundlaget sektorens værdiskabelse. Gruppen af professionelle stakeholders skal være bevidst om, at denne indretning ikke bør udvandes.

### Mål

På kort sigt skal kommunikationsstrategien imødekomme aktuelle omdømmeudfordringer og skabe en robust position i det uddannelsespolitiske landskab. Institutionerne skal fremstå som en samlet, stærk sektor med en klar identitet.

På længere sigt skal den strategiske kommunikation understøtte vækstpotentiale og konkurrence-dygtighed i uddannelsessystemet.

Kommunikationsstrategien skal opnå tre mål:

<b>STYRKET OMDØMME FOR SEKTOREN</b>	Kommunikationsstrategien skal opbygge et robust omdømme, der imødekommer både aktuelle og fremtidige issues.
<b>STYRKET STAKEHOLDER DIALOG</b>	Kommunikationsstrategien skal understøtte at Danske Erhvervsakademier opnår en styrket dialog med professionelle stakeholders, politikere og embedsværk.
<b>BRAND</b>	Kommunikationsstrategien skal bidrage til at studerende og potentielle studerende kan se værdien i erhvervsakademiernes uddannelses tilbud og de nye muligheder det giver på arbejdsmarkedet.

### Grundlæggende strategi og kernefortælling

Det danske samfund står over for massive forandringer. Nye digitale teknologier og et forandret produktionsapparat forandrer i disse år arbejdsmarkedets grundlæggende opbygning og behov. På samme måde skifter produktionen karakter, hvilket betyder, at det er blevet en betydelig udfordring at skabe vækst i de regioner af Danmark, der hidtil har nydt godt af industrien. De danske erhvervsakademier spiller en afgørende rolle for, at samfundet kan imødekomme disse forandringer. Kernefortællingen om erhvervsakademierne skal være, at de opfylder Danmarks behov for dygtige og innovative medarbejdere til det private erhvervsliv.

Kernefortællingen skærper erhvervsakademiernes identitet ved at tage klart stilling til sektorens eksistensgrundlag, som handler om at levere medarbejdere til det private erhvervsliv. Kernefortællingen skal ikke være altfavnende eller højtravende, men gå lige til pointen – ligesom erhvervsakademierne selv. Erhvervsakademierne findes, fordi de er nødvendige for, at erhvervslivet kan trives. Selvom fortællingen på den måde har et ydmygt udgangspunkt ved ikke at puste sektorens formål op, er den præget af selvsikkerhed omkring den måde, institutionerne løser det på. Kernefortællingen udmønter sig i to spor, der har forskelligt fokus, men peger i samme retning og er gensidigt afhængige:



### Budskaber

De strategiske spor er grundlaget for de fortællinger, der fungerer som rød tråd på tværs af kommunikationsplatforme og formater.

### Job i det private og nye muligheder – hele livet

Fortællingens omdrejningspunkt er, at erhvervsakademiernes uddanner til job. Uanset om man kommer fra skolebænken eller fra arbejdsmarkedet, er en uddannelse på et erhvervsakademi vejen til nye muligheder og kompetencer, der fører til et godt job. I tæt samarbejde med det private erhvervsliv sammensætter erhvervsakademiernes uddannelsesforløb, der er fleksible, effektive og baseret på den nyeste, anvendelige viden.



I fortællingen er det centralt at kommunikere og dokumentere:

### 1) Uddannelse til privat beskæftigelse

90 % af erhvervsakademiernes dimittender, der får job, bliver beskæftiget i det private.

### 2) Erhvervslivet på plads i undervisningen

Mange af underviserne på erhvervsakademierne kommer fra et job i det private, og over 90 % af de studerende skriver deres afgangsprøve hos en virksomhed.

### 3) Praktikforløb af høj kvalitet

Erhvervsakademiernes samarbejde med de private virksomheder betyder, at alle studerende gennemgår praktikforløb af høj kvalitet. Forløbene evalueres og udvikles løbende i samarbejde med virksomhederne.

### 4) Førende inden for VEU

Erhvervsakademiernes modulbaserede uddannelser giver mulighed for fleksible kompetenceløft hele livet. Det skønnes, at op mod 50 % af den videregående privatsektorrettede efter- og videreuddannelse tages igennem erhvervsakademiernes forløb, der både kan være kompakte og hurtige eller fleksibelt indrettet over flere år.

## Virksomheder får løst deres kompetencebehov – agilt og hurtigt

Det gennemgående tema for fortællingen er, at erhvervsakademiernes forankring i særligt det lokale erhvervsliv giver dem mulighed for altid at være up to date med virksomhedernes situation og behov. Institutionernes størrelse gør dem agile, så den nyeste viden implementeres i uddannelserne. Uddannelsernes længde gør, at dimittendens kompetencer ikke er forældede. Uddannelsesudvalg og løbende tilbagemeldinger på fx praktikforløb fra virksomhederne sikrer, at institutionerne hurtigt kan rette til.

I fortællingen er det centralt at kommunikere:

### 1) Private partnerskaber

Sektoren samarbejder med mere end 10.000 virksomheder i hele landet, og erhvervsakademierne udvikler uddannelser og forløb som direkte svar på lokale virksomheders behov. Det private erhvervsliv er bredt repræsenteret i institutionernes bestyrelser.

### 2) Hurtig omstilling

Som svar på mange virksomheders konkrete problemstillinger har erhvervsakademierne oprettet linjer og forløb, der fx uddanner de studerende til nye teknologiske krav i fødevarerindustrien eller det stigende behov for bedre IT-sikkerhed.

### 3) Konkret værdiskabelse

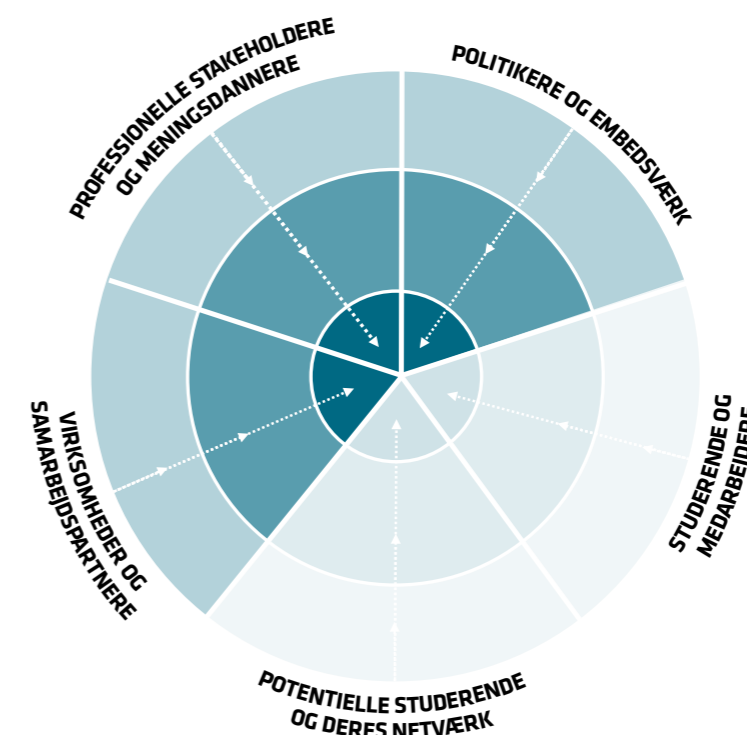
Virksomheder, der samarbejder med erhvervsakademier, har signifikant større vækst i beskæftigelsen end sammenlignelige virksomheder, som ikke samarbejder med erhvervsakademierne.

### 4) Lokalt løft

Erhvervsakademierne er særligt kendetegnet ved at skabe stor lokal værdi. Små og mellemstore virksomheder nyder godt af det tætte samarbejde med den lokale institution, der hurtigt kan justere deres uddannelser, så virksomhederne får de dimittender, de har behov for.

## Målgrupper

Danske Erhvervsakademier har et bredt interessentlandskab, der grundlæggende dækker fem hovedgrupper: Hver af grupperne har betydning for erhvervsakademiernes position og omdømme på deres måde, og grupperne påvirker hinanden indbyrdes. Der kan være forskellige niveauer af interessenternes beslutningskompetence eller indflydelse på sektorens omdømme, men der arbejdes ud fra en forståelse af, at disse niveauer også påvirker hinanden som bølger. Denne strategi fokuserer primært på grupperne *professionelle stakeholdere og meningsdannere*, *virksomheder og samarbejdspartnere* samt *politikere og embedsværk*. Det skyldes de aktuelle udfordringer, hvor det i høj grad er målet at skabe resonans i det politiske landskab og sikre erhvervsakademiernes nuværende form og rammevilkår. Dog er de resterende interessentgrupper ligeledes vigtige at kommunikere med for at opbygge et solidt omdømme.



## Formater

Den strategiske kommunikation skal baseres på en række greb, der understøtter kernefortællingen og udmønter budskaberne. Grebene understøtter hinanden og kan sjældent ses som enestående.

### Fakta

Statistik og evidens underbygger strategiens budskaber, særligt overfor de interessentgrupper, der arbejder professionelt med sektoren.

### Cases

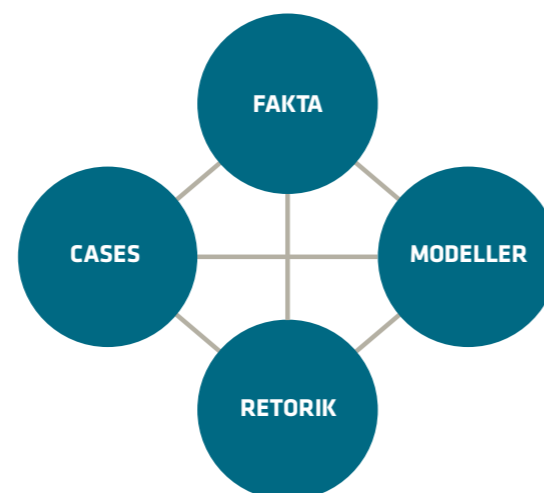
Personhistorier og specifikke eksempler på projekter skaber nærhed og gør budskaberne konkrete og forståelige.

### Modeller

Visuel kommunikation skaber overblik for målgrupperne og kommunikerer komplicerede sammenhænge på en lettilgængelig måde.

### Retorik

Fælles retorisk ramme og wording af budskaberne skaber sammenhæng og skærper fortællingerne.



## Kanaler

Strategiens budskaber og formater kommer til live i sektorens forskellige kanaler. Hver kanal har særlige fordele og fungerer bedst i forhold til specifikke målgrupper.

### 1) PR og sociale medier

Via kommunikationsindsatser på sociale medier, i pressen og i det offentlige rum skal den samlede sektor og institutionerne opbygge identitet og kommunikere en klar profil bredt til interessentlandskabet. Her kommer både fakta, cases, retorik og modeller i spil inden for platformenes rammer.

### 2) Direkte dialog med professionelle stakeholders, politikere og embedsværk

Danske Erhvervsakademier og de enkelte institutioner kommunikerer strategiens kernefortælling til de interessentgrupper, der har beslutningskompetence i forhold til sektorens rammevilkår. På denne platform benyttes særligt fakta til at underbygge fortællingerne, men også de konkrete cases bruges til, at fx politikerne får gode eksempler på erhvervsakademiernes succes.

### 3) Aktiviteter og events på institutionerne

Igennem engagerende indsatser på institutionerne kommunikeres til interessentgrupperne studerende og medarbejdere samt potentielle studerende og deres netværk. Det foregår fx igennem åbent hus og pop-up events, der inviterer målgrupperne indenfor til selv at opleve erhvervsakademiernes værdi.

### 4) Ambassadører

Ved at aktivere fx institutionernes bestyrelser, samarbejdsvirksomhederne, studerende og uddannelsesudvalg skabes en bredt forankret indsats, hvor kernefortællingen og budskaberne styrkes både lokalt og nationalt.



