

## Slutrapport for projektet 'Strategisk indsats: Tiltrækning af tech-kompetencer'

2021-035, Danske Maritime

Danske Maritime har gennem projektet 'Strategisk indsats: Tiltrækning af tech-kompetencer' arbejdet målrettet for at styrke rekrutteringen til maritime tekniske uddannelser. Indsatsen bygger ovenpå erfaringerne fra projektet 'Maritime Future', men har haft et markant bredere og mere strategisk sigte, hvor både uddannelsesaktiviteter, samarbejder, kommunikation, diversitet og image har spillet en central rolle. Projektet har haft stor opbakning fra både virksomheder, uddannelsesinstitutioner og nationale aktører, og resultaterne lever videre i projektet 'Fremtidens maritime kompetencer', som er støttet af Den Danske Maritime Fond og bygger direkte oven på denne indsats.

### Udvikling af *maritimefuture.dk* og tilstedeværelse på SoMe

Tidligt i projektets forløb blev *maritimefuture.dk* etableret som den samlede platform for viden om uddannelser, karriereveje, job, praktik og grøn teknologi. Platformen er løbende blevet udbygget med nye uddannelser, materialer og portrætter, og den bruges nu aktivt af både skoler, unge og virksomheder. Blandt andet anvender Kystliv Holbæk platformen i sin undervisning, og andre uddannelsesmiljøer har taget materialet til sig i både UU-vejledning og temaforløb.

Synligheden er styrket markant gennem en vedvarende indsats på sociale medier. I Q3 2023 nåede en af kampagnevideoerne over 1 million unikke visninger, og i både 2023 og 2024 opnåede flere film mellem 40.000 og 45.000 visninger. I Q1 2024 nåede Maritime Future over 140.000 unge alene på Instagram, og de samlede månedlige rækkevidder på tværs af kanaler har ligget meget højt gennem hele projektperioden. Indholdet fremhæver den brede vifte af tekniske job, grøn teknologi og gode historier fra arrangementer, uddannelsesinstitutioner og virksomheder.

### Film og portrætter, der gør industrien nærværende

Visuel formidling har været et vigtigt greb i projektet. Der er udviklet to centrale filmtyper, som spiller forskellige roller i kommunikationen:

Som led i den strategiske kommunikationsindsats er der produceret en større, gennemarbejdet kampagnefilm, der introducerer den maritime industri som moderne, grøn og teknologitung. Filmen er delt med medlemsvirksomhederne og anvendes bredt i Danske Maritimes rekrutteringsarbejde, herunder i kampagner, på messer og på uddannelsesinstitutioner.

Derudover er der produceret en række portræt-film af unge tekniske medarbejdere i maritime virksomheder. Disse film giver et konkret og personligt indblik i hverdagen som fx skibsmontør, automatiktekniker eller maskinmester og bruges aktivt på sociale medier, i oplæg, i undervisning og på *maritimefuture.dk*. De understøtter projektets formål om at vise mangfoldigheden af karriereveje og gøre de tekniske fag nærværende for en bred målgruppe.

Tilsammen har kampagnefilmen og portræt-filmene været centrale greb i at skabe kendskab, ændre forestillinger og understøtte fortællingen om den maritime industri som en moderne, grøn og attraktiv teknologibranche.

## Nyt vidensgrundlag: Baselineundersøgelse af branchens kompetencebehov

Som et centralt element i projektet er der gennemført en omfattende undersøgelse i samarbejde med Epinion. Undersøgelsen viser blandt andet, at:

- 64 % af virksomhederne på undersøgelsestidspunktet havde haft rekrutteringsudfordringer det seneste år.
- der er stor mangel på maskinmestre, ingeniører, automatik teknikere, skibsmontører og industriteknikere.
- behovet for kompetencer inden for digitalisering og grøn teknologi vokser markant.
- kvinder i alderen 26–45 år er blandt de sværeste målgrupper at rekruttere.
- mange unge har begrænset kendskab til branchen og dens tekniske muligheder.

[Analysen findes her](#) og bruges i dag i Danske Maritimes politiske arbejde, rekrutteringsindsatser og af øvrige aktører i Det Blå Danmark. Den danner også et vigtigt grundlag for den igangværende opfølgning i projektet 'Fremtidens maritime kompetencer'.

## Samarbejder, der udvider rækkevidden

I projektperioden er der etableret og styrket en række samarbejder, som har udvidet både projektets og branchens rækkevidde. Samarbejderne har gjort det muligt at engagere nye målgrupper, udvikle undervisningsmaterialer og afholde store arrangementer, som vi ikke kunne have gennemført alene.

Nogle centrale eksempler omfatter:

- Boss Ladies – målrettet indsats for at øge andelen af piger og kvinder i tekniske uddannelser. I 'Boss Ladies Vol. 2' nåede projektet samlet set 7.968 elever og uddannede 191 vejledere.
- Engineer the Future – tæt samarbejde om tekniske rollemodeller; senest med drøftelser om etablering af en 'Maritim Uge'.
- Uddannelsesinstitutioner i hele landet – bl.a. DTU, Aarhus Maskinmesterskole, MARTEC, Svendborg Erhvervsskole, EUC Nord og TECHCOLLEGE, hvor samarbejder har bestået af camps, karriereoplæg og innovationsforløb.
- Kystliv Holbæk – aktiv bruger af Maritime Future-materialer i undervisningen.
- Naturvidenskabernes Hus – udvikling og drift af maritime TekCase-forløb til grundskolen.
- Danske Rederier og ShippingLab – bl.a. studietur til SMM i Hamborg.

Disse samarbejder har tilsammen gjort indsatsen langt mere synlig og tilgængelig og har skabt stærke brobygninger mellem skoler, virksomheder og unge.

## Events og aktiviteter, der bringer unge tættere på industrien

Gennem hele projektperioden er der gennemført en bred vifte af aktiviteter, der giver unge mulighed for at opleve det maritime erhverv i praksis, herunder:

- EuroSkills 2025 i Herning, hvor Danske Maritime bidrog med stand og "Try-a-skill"-område for skibsmontørlærlinge.
- SKVULP-festivalen, hvor børn, unge og forældre mødte industrien gennem maritim ordquiz og aktiviteter.
- Innovation Camps i Holbæk og Frederikshavn, hvor lærlinge arbejdede med cases om energi, miljø og grøn omstilling.
- Maritim Innovation Challenge mellem DTU Lyngby og MARTEC, hvor 12 ingeniørhold konkurrerede i udvikling af grønne løsninger – med MARTEC som årets vinder.
- Karriereevents på DTU, Aarhus Maskinmesterskole og DSE-messen i Aalborg.
- Studietur til SMM i Hamborg i samarbejde med ShippingLab og Danske Rederier.
- Maritime karrieredage med stor efterspørgsel fra skoler og høj elevtilfredshed; VR-spillet er opgraderet og får særdeles positive evalueringer.

Disse aktiviteter har skabt konkret kontakt mellem unge og industrien og bidraget til større forståelse af både tekniske opgaver og karrieremuligheder.

Som led i arbejdet med at synliggøre de tekniske uddannelser og skabe stærke rollemodeller har Danske Maritime desuden stiftet prisen 'Fremtidens Maritime Frontløber'. Prisen uddeles årligt til en nyuddannet maskinmester, der har udvist særligt maritimt engagement, og den har været med til at styrke opmærksomheden om maskinmesteruddannelsen blandt både studerende og virksomheder.

### **Diversitet og rollemodeller**

Diversitet har været et gennemgående fokusspor i projektet. Gennem samarbejdet med Boss Ladies er der skabt en stærk national indsats for at øge antallet af piger i tekniske uddannelser. Der er engageret nye, kvindelige maritime rollemodeller, ligesom der er gennemført elevbesøg og vejlederuddannelse. Indsatsen fortsætter nu i Boss Ladies Vol. 3, hvor Danske Maritime er repræsenteret i styregruppen gennem projektet 'Fremtidens maritime kompetencer'.

### **Et stærkt fundament for fremtiden**

Projektet har været med til at styrke både synlighed, samarbejde og forståelsen af kompetencebehovene i den maritime industri. Mange af indsatserne er forankret hos vores samarbejdspartnere, og materialer som Tek-Case, kampagnefilmen og platformen maritimefuture.dk lever videre og opdateres løbende.

Samtidig fungerer projektet nu som grundlag for projektet *Fremtidens maritime kompetencer*, der viderefører og udbygger aktiviteterne, styrker det analytiske grundlag yderligere og fortsætter samarbejderne om uddannelse, diversitet og teknologisk udvikling.

Der er dermed skabt et solidt og varigt fundament for at styrke tiltrækningen af tekniske kompetencer til den maritime industri – både i dag og i de kommende år.