



EAST
SWEDEN

TRENDER, BETEENDEN OCH ATTITYDER
SOM STYR VAL AV BOENDEORT

Talang- rapporten

Talangjaktsguide för innovationsmiljöerna i East Sweden

TRENDER, BETEENDEN OCH ATTITYDER
SOM STYR VAL AV BOENDEORT

Talang- rapporten

Talangjaktsguide för innovationsmiljöerna i East Sweden

Vi är på Talangjakt!



Bristen på talang är ett av de främsta tillväxthindren för bolagen som befinner sig i de innovativa miljöerna i region East Sweden.

Därför har vi innovationsmiljöer med stöd av Region Östergötland gått samman för att arbeta fram en talangjaktsguide. Syftet är att identifiera trender i omvärlden som påverkar vår förmåga att attrahera talanger. Vi ville också tydliggöra våra målgrupper och deras beteenden samt sätta en strategisk grund för aktiviteter som ökar inflödet av talang till regionens innovationsmiljöer.

Den här talangjaktsguiden är ett verktyg när målet är att attrahera kompetens till bolagen som finns i de innovativa miljöerna i region East Sweden. Den beskriver de prioriterade målgrupperna och vad som är bra att tänka på när marknadsföringsinsatser ska göras. Guiden är framtagen med hjälp av Placebrander/Futurespotter.

Lena Miranda

VD Science Park Mjärdevi

Heléne Njord-Westerling

Vice VD och Verksamhetschef
Norrköping Science Park

Tomas Ahlström och Carolina Olsson

East Sweden Game

Helene Oscarsson

VD Vreta Kluster

Anders Carlsson

Processledare Visual Sweden

Med stöd av
Region Östergötland

A woman with long blonde hair, wearing a wide-brimmed hat and a dark sweater, is sitting at a desk. She has her hand on her chin, looking thoughtful. She is holding a pen over a notepad. The background is a bright, yellowish-white. The text 'Tekniktalang sökes!' is overlaid on the image in a large, bold, blue font with a hatched pattern.

Tekniktalang sökes!

Det bästa är att veta vad man letar efter innan man börjar leta, som Nalle Puh så klokt sa. Hur ser behovet av talang ut i regionen och nationellt? _____

Behovet nationellt

SCB beräknar att det år 2035 kommer att behövas 265 000 fler sysselsatta med en utbildningsbakgrund inom teknik, naturvetenskap, samhällsvetenskap och tillverkning. Statistik från Konjunkturinstitutet och Arbetsförmedlingen visar att en rad branscher har stora svårigheter att klara sin kompetensförsörjning redan idag. IT och teknik lyfts fram

som områden där det råder allra mest brist. IT & Telekom-företagen spår ett underskott på upp till 70 000 IT- och data-specialister redan år

2022. En studie som Almega gjorde under 2018 visar att ett striktare regelverk har lett till minskad arbetskraftsinvandring de senaste fem åren. Allt talar enligt dem för att arbetskraftsinvandringen måste öka.

Under 2017 genomförde Almega en enkätundersökning kring upplevelsen att etablera sig i Sverige. Betygen är överlag inte så höga, särskilt låga är betygen som avser processen att få arbetstillstånd och tillgång till information om de svenska kollektivavtalen. Utöver det finns de största utmaningarna inom att hitta boende och sysselsättning till medföljande.

"Upp till 70 000
IT- och dataspecialister
saknas redan år 2022"

Behovet regionalt - i innovationsmiljöerna

- Behovet av kompetens inom IT och teknik är helt dominerande. Särskilt svårt är det att hitta utvecklare med några års arbetslivserfarenhet.
- Stockholm och Göteborg är de tuffaste konkurrerande platserna i talangjakten.
- Det behövs fler regionala marknadsföringsinsatser för att öka inflödet av talang till regionen.
- Det behövs stöd i hur enskilda bolag kan sälja in regionen som boendeort.
- Det finns språkbarriärer där vissa i dagsläget inte är riggade för att ta emot talang som inte pratar svenska. Hos andra är mognaden att ta emot internationell kompetens oerhörd god.
- Det behövs stöd i arbetet med att hjälpa talanger att få allt praktiskt på plats inför en anställning i regionen. Företagen har inte resurser för det själva.
- Det finns stora utmaningar i mångfaldsarbetet. Flera av de innovativa miljöerna har en hög grad av blandning av olika kulturer, ursprung och språk, men det kan fortfarande bli bättre. Dessutom är utmaningen att rekrytera kvinnor till tekniska yrken fortsatt stort.
- Det är värdefullt med talanger som har intressen vid sidan av jobbet, det visar att personen har ett driv. Allt från idrott till kreativa intressen som musik och spelskapande värdesätts bland de som rekryterar.



"På Sectra är mångfald och **jämställdhet** viktigt. I dagsläget har vi över **25 olika nationaliteter** representerade hos våra medarbetare på Linköpingskontoret och vi har **engelska som koncernspråk**. Ungefär **30%** av våra medarbetare är **kvinnor** och denna andel **vill vi öka.**"

Emelie Siegbahn, Sectra



"Nån springer **marathon** och nån **stickar**. Vi **jobbar** med **kreativitet** och då är det nästan helt avgörande för **talanger** att visa att de har en **kreativ ådra** även på **fritiden**."

Karl Lindau, HIQ

Vad attraherar talang?

Talanger väljer inte enbart en arbetsgivare, de väljer också en plats att bo på.

Vad är framgångsfaktorer för att som plats lyckas i talangjakten?





Charlotta Mellander är professor i nationalekonomi vid

Internationella handelshögskolan i Jönköping. Hon forskar inom regional utveckling, städer och kreativitet. Hon har länge samarbetat med professor Richard Florida som betonat vikten av livskvalitet för regional tillväxt. Han har skapat begreppet ”den kreativa klassen”, en teori om att hög koncentration av bland annat högteknologiska, konstnärliga och kreativa yrken har ett samband med hög ekonomisk utveckling.

Charlotta Mellander menar att attraktion är olika för olika människor och kan vara ett subjektivt begrepp. Men om man tänker attraktion som ger ekonomiska avtryck på platsen så finns det bland annat några faktorer som är gemensamt för platser som växer:

- Att vara en plats där man främst konsumerar, inte enbart producerar. Där det finns möjlighet att gå på restaurang, caféer, evenemang och att shoppa.
- Att vara en estetiskt tilltalande plats. Människor tycker att det är trevligare att bo på och besöka vackra platser.
- Att ha bra kommunikationer. För att vara attraktiv som liten plats, behöver det vara enkelt för invånare att ta sig till stora platser med större utbud.

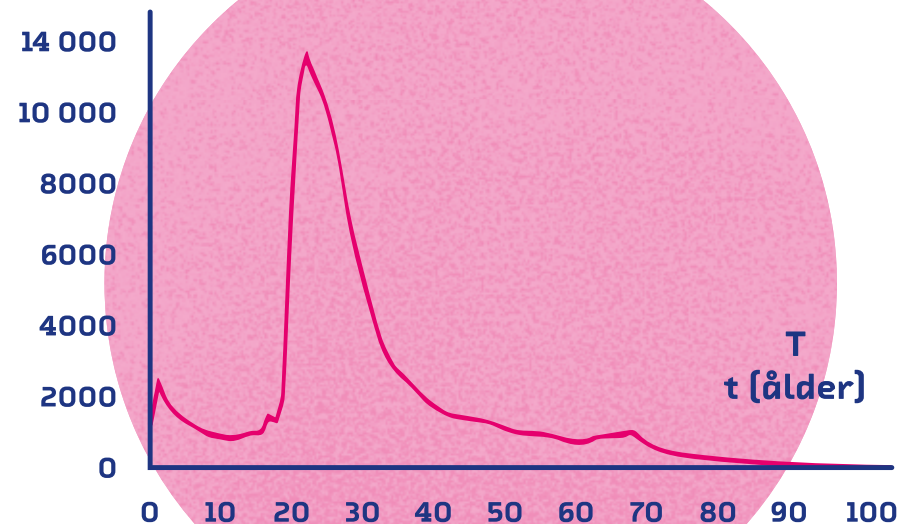
Den forskning som professor Charlotta Mellander bedriver att den starkaste tillväxten sker på platser där det bor många människor. Folk attraherar folk och tillsammans skapar de en attraktiv levnadsmiljö och starkare arbetsmarknad.

De vinnande platserna är de som inser att de behöver erbjuda talangerna en stark arbetsmarknad i kombination med en hel livsstil.

Antal flyttar över en kommungräns på ett år.

- Det är lätt att se att unga individer mellan 18 och 35 är de som flyttar allra mest.

Och det finns flera anledningar till det. Dels är det dags att lämna hemmet, dels är det i en ålder då vi utbildar oss och skaffar jobb. Många har ännu inte skaffat barn och är mer lätttrörliga, förklarar Charlotta Mellander.



Figuren ovan är framtagen i forskning genomförd av Charlotta Mellander och hennes kollega Lina Bjerke.

"Charlotta Mellander tror att mellanstora platser i storlek med Norrköping och Linköping kommer att bli mer attraktiva i framtiden. I takt med att storstäderna blir mer trångbodda och dyra blir de mellanstora platserna mer intressanta. De här städerna har de senaste åren vässat sitt utbud och kan på riktigt bli ett alternativ till de stora städerna."

Vad är viktigast vid flytt från utlandet?

Stockholm Business Regions studie 1000 internationella röster om Stockholm (2014) visar följande behovstrappa vid flytt.

1. Hitta information om en flytt och samlad myndighetsinformation.
2. Hjälp för eventuell medföljande att komma in på arbetsmarknaden.
3. Hitta bostad

3 vassa verktyg

När en plats vill attrahera talang finns det 3 vassa verktyg som absolut ska plockas upp ur marknadsföringslådan.





Ett varierat näringsliv

En talang vill se att det finns flera karriärmöjligheter på platsen för sig själv och en eventuell partner. Både Stockholm och München har framgångsrikt jobbat på det här sättet.



En attraktiv livsstil med spets

Det räcker inte med ett spännande jobb, en plats behöver kunna erbjuda en attraktiv livsstil. Allt från boende till fritidsaktiviteter och evenemang – men utan att visa en innehållsförteckning på allt. Våga välja spetsen!



Det personliga bemötandet

Inget slår mänsklig kontakt. Det är alltid bra att komplettera personliga samtal med imagestärkande marknadsföring på bred front, men du kan aldrig automatisera en inflyttarprocess fullt ut. Människor vill prata med människor för att bli övertygade.

Vilka studenter stannar kvar?

Studien En bättre matchning genomfördes 2018 i följande län: Stockholm, Uppsala, Gävleborg, Västmanland, Örebro, Östergötland och Sörmland. Den visar följande.

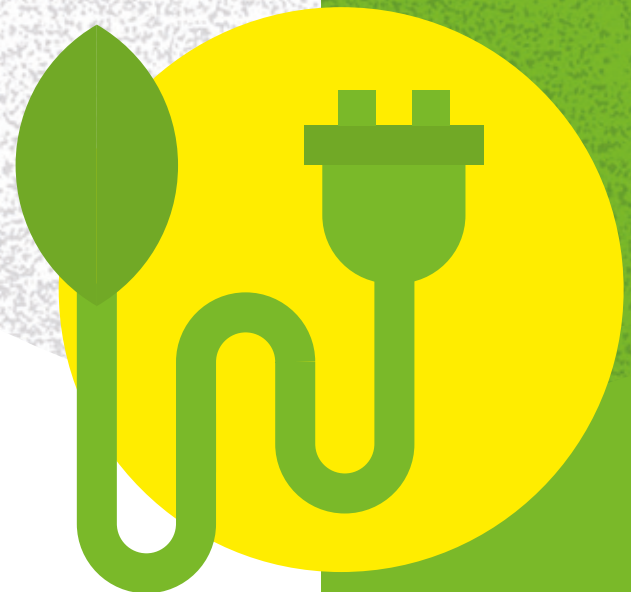
- Lärare och sjuksköterskor rekryteras i högre grad till arbetsmarknaden på studieorten jämfört med civilingenjörer.
- Civilingenjörernas arbetsmarknad är mer koncentrerad till Stockholm och i viss mån Linköping. Civilingenjörernas arbetsmarknader är färre till antalet, geografiskt större och koncentrerade till de större städerna och industriorter, vilket även ger en större geografisk rörlighet vid arbetspendling.

Varför East Sweden?

Globala karriärmöjligheter i en region som vibrerar av innovationskraft och tillväxt. Här beskrivs vad som utmärker vår plats och vilka tillgångar som är relevanta att lyfta fram i talangjakten.

Det här är vi riktigt bra på.

I vår region är våra organisationer, företag och invånare bra på att transportera saker, att utveckla hållbara lösningar, att göra fiffiga produkter genom att bygga in elektronik, att göra krångliga saker enkelt genom visualisering samt att ta fram avancerade material. Läs mer om våra styrkeområden på business.eastsweden.se.



5 innovativa miljöer



Visual Sweden är Europas mest attraktiva innovationsmiljö för visualisering och bildanalys.

Norrköping Science Park skapar möjligheter för individer och företag att starta, utvecklas och växa.

East Sweden Game är en arbetsmiljö och community för entreprenörer och kreatörer inom spelutveckling.

Vreta Kluster är en kreativ utvecklingsarena och mötesplats för företag inom de gröna näringarna

Science Park Mjärdevi är en innovativ hotspot med 400 bolag och 7000 anställda med världen som arbetsfält.



VARFÖR EAST SWEDEN?

Internationella kluster

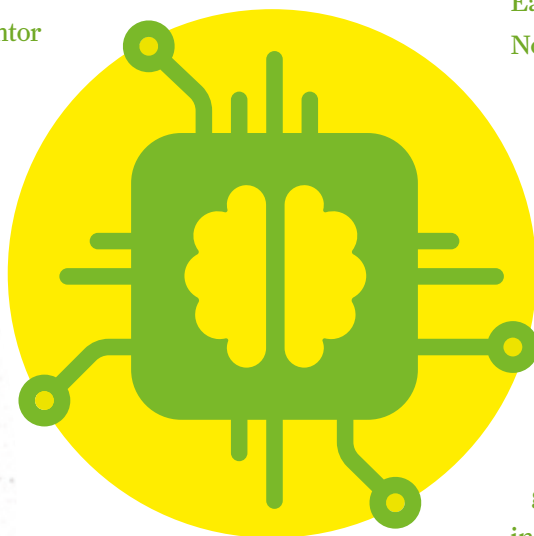
Våra kluster samlar de skarpaste hjärnorna inom olika områden. Cleantech, Energiriket, Aerospace Cluster, IoT World och East Sweden Game. Infrakluster är några exempel.

Världskända företag

Att kunna prata om att vi har internationellt kända företag som Saab, Siemens, Toyota och Ericsson gör vilken näringslivs-chef som helst grön av avund. Dessutom har både Apple och Microsoft utvecklingskontor i Linköping.

En glödande startup-scen

Vi kan stoltsera med tekniktunga små bolag med nydanande innovationer. De skördar framgångar och vinner priser över hela världen. Inte nog med det, vi har företagsinkubatorn LEAD som har utsetts till en av Sveriges bästa inkubatorer.



Med akademien i vårt DNA

Akademikerstaden Linköping och arbetarstaden Norrköping har smält samman till en kreativ och modern kunskapsregion. Idag stoltserar hela regionen med välrenommerade Linköpings universitet, ett 40-tal yrkeshögskoleutbildningar, RISE och Swerea.

Spetsiga evenemang och besöksmål

East Sweden Game, LiU Game Conference, Where's the music, Norrköping Light Festival, Stad i ljus, Future Summit, Visualiseringscenter C, Flygvapenmuseum, Global Impact Jam, Norrköpings filmfestival, Kolmården och O-ringen. Ett axplock av unika företeelser att vara stolt över.

Boende

Vi kan som alla medelstora svenska städer konkurrera med storstäderna genom prisvärt villaförortsliv och modernt city-boende. Sticker ut gentemot andra liknande regioner och städer gör vi med supermoderna Vallastaden och Ebbepark i Linköping, grosshandlarvillor i skärgårdsidyllen Arkösund, framtidens inre hamnen i Norrköping och havslik utsikt i Motala som är Östergötlands sjöstad.



7 trender och en frukt.

För att lyckas i talangjakten är det avgörande att vi förstår våra målgruppers beteenden och skeenden i omvärlden. Därför ger vi en glimt av några trender bland dagens unga talanger och i arbetslivet. Häng med!



1. Global Citizens

Dagens unga har full koll på vad de har att välja på. De har lärt sig vilken typ av val de ska lägga sin energi på. De vet att det mesta går att välja om. Detta gäller även jobb och karriär, enligt Micael Dahmén, som är professor vid Handelshögskolan. De är uppkopplade och har sedan barnsben exponerats för mängder av möjligheter. Många har rest jorden runt och har det engelska språket som en del av sin vardag. De är globala och digitala.

2. Samhällsansvaret

Många förfasas över den så kallade millenniegenerationen. De beskrivs ibland som kräsna och lata. Men det faktum att de ställer krav på företagens ansvarstagande, borgar för en ljus framtid. I framtiden kommer inget företag, eller plats för den delen, undan lika lätt om de inte tar ansvar för miljö, jämställdhet och mänskliga rättigheter. En nödvändig förändring med tanke på de stora globala utmaningar vi står inför.

I framtiden kommer
inget företag, eller
plats för den delen,
undan lika lätt om de
inte tar ansvar för
miljö, jämställdhet
och mänskliga
rättigheter.



3. Emotionerna

Dagens unga har vant sig vid att känna efter om saker och ting känns rätt. De är emotionella. Det menar Anders Parment som forskar om konsumentbeteenden och hur olika generationer relaterar till varumärken, konsumtion och arbetsmarknad.

4. Personliga varumärken

De definierar vilka de är genom att välja utbildning, yrke, fritidsintressen, klädstil och kompisar. Därtill genom vad de visar upp i sociala medier. Även platser fungerar som identitetsmarkörer. Vilken plats de väljer att bosätta sig på och vilka platser de besöker säger en del om dem som personer, och det här är de medvetna om.

5. Workations

Fler kombinerar jobb och semester, gör fler och kortare resor. Många flyttar till en plats några veckor eller månader för jobb med ny livsstil som inramning. Det uppkopplade kunskapssamhället tillåter den här typen av äventyr. Uppkoppling och förmåga att erbjuda flexibla jobbmiljöer avgör vilka platser som går vinnande ur den här trenden.

6. Coworking-spaces

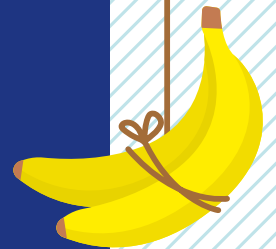
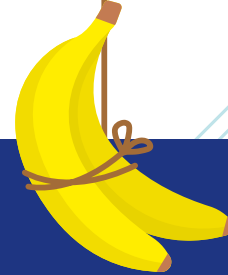
I varje svensk stad med självaktning poppar så kallade coworking-spaces upp. De samlar bolag under samma tak och runt samma fikabord i alla möjliga flexibla lösningar. Det ökade behovet av den här typen av arbetsplatser, är ett bevis på att arbetslivet och vårt sätt att jobba är i förändring.

7. Gig-ekonomi

Fasta anställningar ersätts allt mer av kortvariga uppdrag av konsulter, frilansare och tillfälligt anställda. Hela 28 procent av svenskarna hade 2016, enligt en studie från McKinsey Global Institute, någon form av gig-arbete – en siffra som förväntas öka. Delningsekonomin med tjänster som Taskrabbit och Freelancer är en bakomliggande faktor till gig-ekonomin. Det gör det enklare att hitta gig-jobb.

En lågt hängande frukt

En studie från Tillväxtanalys (2018) visar att endast 20% av de inresande högskolestudenterna som avslutade sina studier 2013 hade en sysselsättning i Sverige 2015. Detta tenderar att vara lägre än övriga OECD-länder. Sammantaget visar rapporten att Sverige presterar sämre än flera jämförelseländer när det kommer till att attrahera och behålla internationella studenter, samtidigt som den globala konkurrensen om dessa talanger hårdnar. De lyfter fram samverkan mellan lärosäten och företag som en framgångsfaktor.





MÅLGRUPP

Möt våra två talangtyper

Den som försöker att nå alla, blir sällan framgångsrik. Budskapet riskerar att bli otydligt och kostnaderna för stora. Därför har vi definierat två talangtyper eller målgrupper för talangjakten till de innovativa miljöerna i East Sweden.

Det är intresse, värderingar och drivkrafter som avgör vilka beslut som fattas. Därför har vi fokuserat på drivkrafter när vi valt prioriterade målgrupper. Valet baseras på våra bolags behov, flyttstatistik, trender och fakta. Våra målgrupper är vägledande när vi kommunicerar och bygger varumärke. Det styr hur vi pratar, vilka budskap vi lyfter fram och vilka kanaler vi väljer.



Familjeprioriteraren

Gör sina val utifrån familjens bästa. Närhet, smidighet och trygghet står i fokus. Vill ha ett spännande jobb, men också tid till aktiviteter med familjen. Tycker att det är viktigt med flexibla arbetstider.

Värdesätter platser som kan erbjuda en bra uppväxtmiljö för barnen. Om det dessutom går att kombinera med en givande karriär för båda föräldrarna, är familjeprioriteraren frälst.

Exempel på tillgångar som attraherar

Visualiseringscenter, Nätverksträffar med Break, Kolmården, CoderDojo, Code Summer Camp, Stadium Sports Camp, lekparkar, naturupplevelser, Bondens egen marknad



Livsutforskaren

Att ständigt lära nytt är styrande när livsutforskaren gör sina val - oavsett om det är val av jobb, boendeort eller fritidsaktivitet. Livsutforskaren vill se att det är möjligt att både utvecklas på jobbet och ha en rik fritid. Gillar att resa och antar gärna utmaningar. Allt från Vätternrundan och Mjärdevistafetten till Hackathon och schacktävlingar.

Exempel på tillgångar som attraherar

Det urbana utbudet av caféer och restauranger, naturupplevelser, föreningar med specialintresse, Global Impact Jam, Norrköpings filmfestival, LiU Game Conference, Makerspace Norrköping, Vallastaden.



MÅLGRUPP

Deras värderingar

Allt fler vill omge sig av företag, varumärken och platser som tar ansvar för miljö, samhälle, jämställdhet, mångfald och mänskliga rättigheter. Eftersom det harmonierar med vår regions vilja att möta framtidens utmaningar, är det här en värdering som vi ska låta genomsyra vår kommunikation.

Deras kompetens

De har kompetens inom teknik och IT.

Exempel: programmerare, utvecklare, systemutvecklare, inbyggda system, mjukvaruutveckling, hårdvaruutveckling, Cloud, FOU, R&D, design, UX, testare, systemarkitekter, IT-support, drift, tekniska projektledare, logistik, AI, VR, AR etc.

Här bor de

1. Sverige – högskoleorter
2. Nederländerna

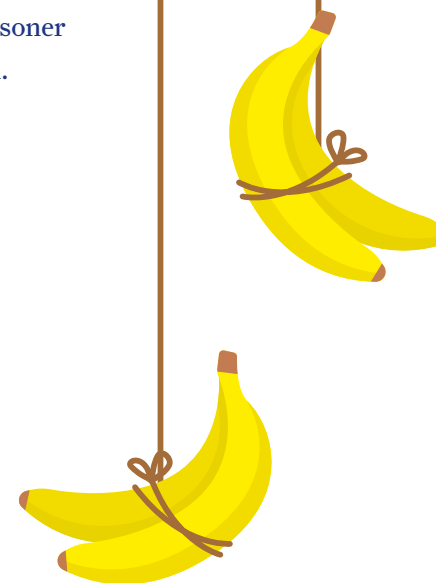
Exempel: programmerare, utvecklare, systemutvecklare, inbyggda system, mjukvaruutveckling, hårdvaruutveckling, Cloud, FOU, R&D, design, UX, testare, systemarkitekter, IT-support, drift, tekniska projektledare, logistik, AI, VR, AR etc.

Så gamla är de

De är förmodligen i alla möjliga åldrar, men flyttbenägenheten är som störst i åldern 18-35 år och det ska vi ta hänsyn till.

Och den där frukten

Lågt hängande frukt är exempelvis de som studerar vid Linköpings universitet, och där de internationella masterstudenterna ger oss global glans. De som redan har en relation till regionen på något sätt, är enklare att påverka och bör prioriteras för att ge bästa effekt. Det kan vara personer som har bott i eller besökt regionen.



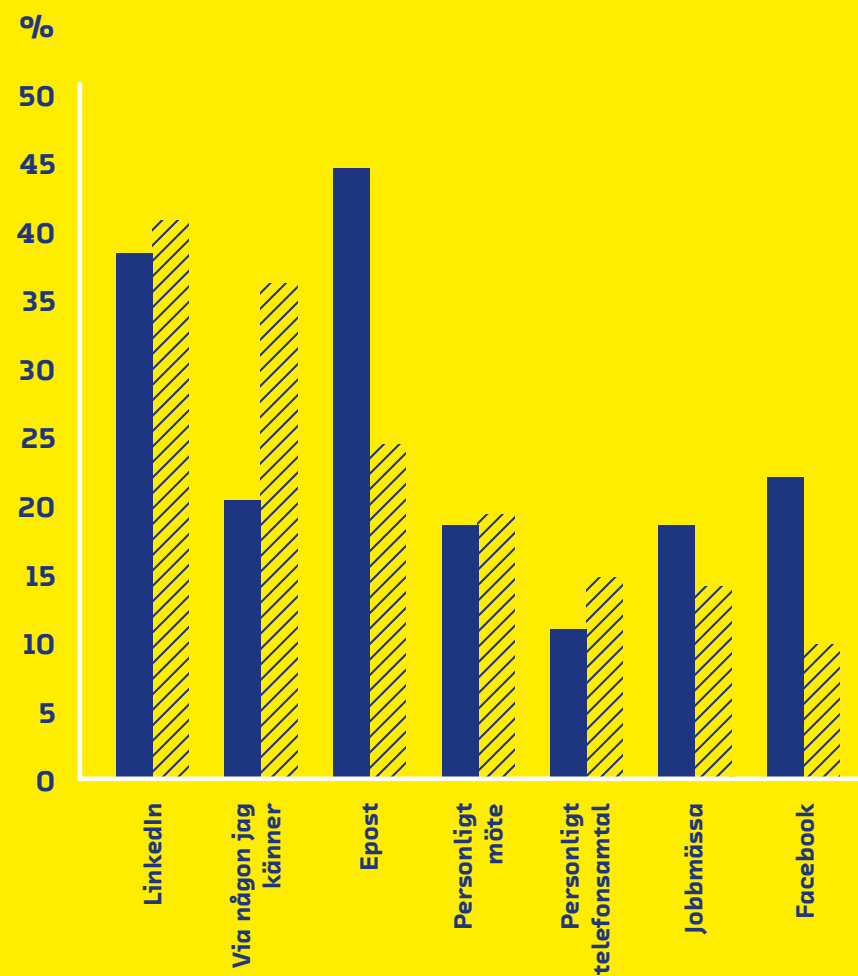
Resultat attitydundersökning

För att förstå våra prioriterade målgruppers behov har en undersökning genomförts på IT- och tekniktalang i 25-40-årsåldern boende i Sverige (476 st) och Nederländerna (484 st). Undersökningen är gjord av undersökningen Norstat. **Här får du en glimt av resultatet.**

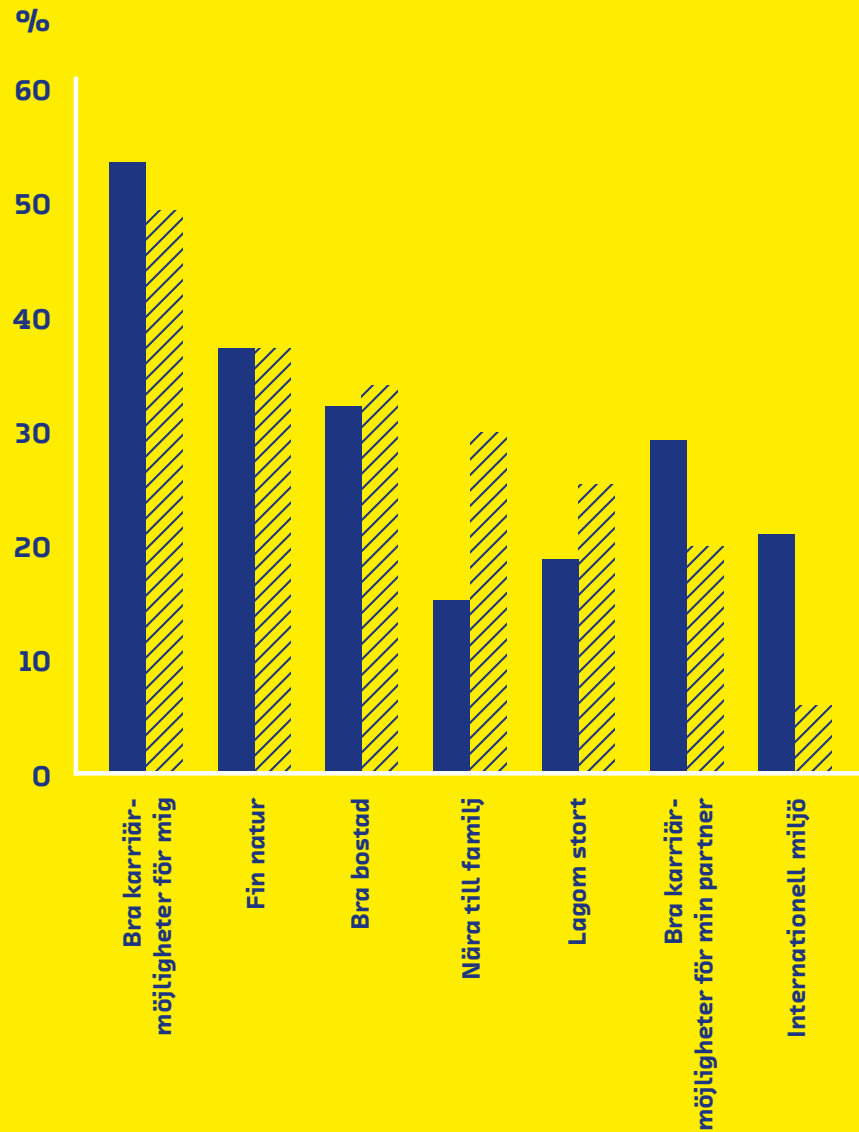




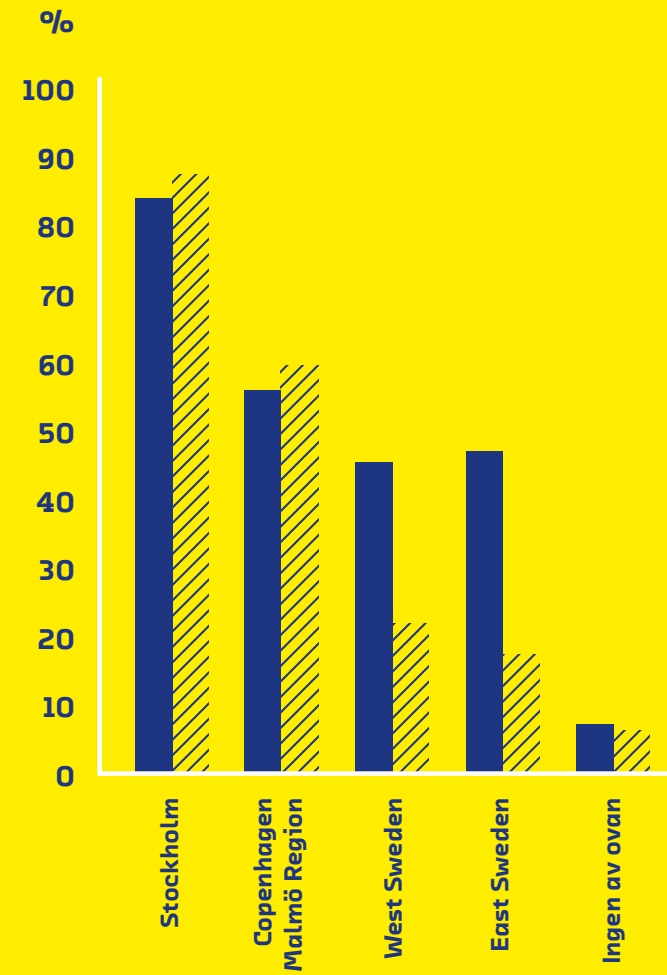
Hur vill du helst få information om karriärmöjligheter i en annan region?
Välj upp till de 2 viktigaste.



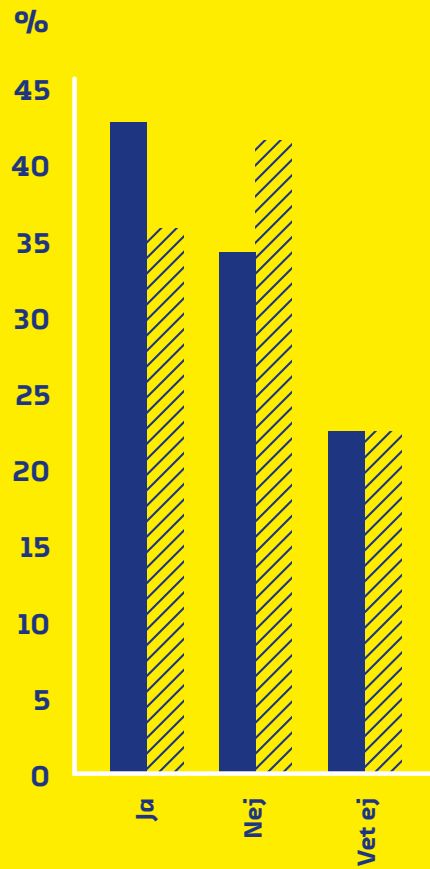
Vad är generellt viktigt för dig vid val av boendeort? Välj upp till de 3 viktigaste.



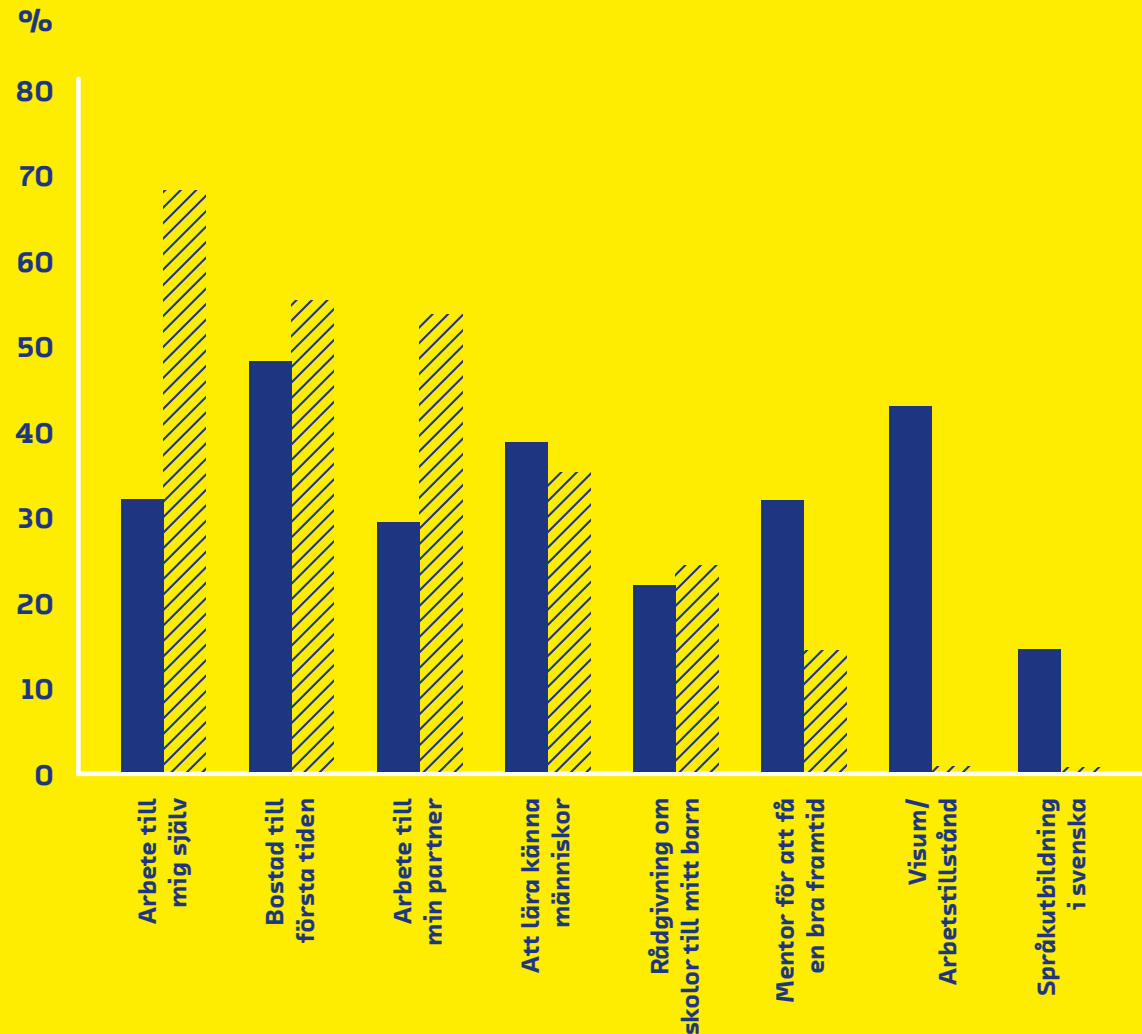
Vilka av följande regioner har du hört talas om?



Skulle du kunna tänka dig att flytta till East Sweden?



Om du skulle flytta till East Sweden, vad skulle du helst vilja ha hjälp med? Välj upp till de 3 viktigaste.



TIPS FÖR

Talangjakten



Viktigaste medskick från egen undersökning



- 1.** Bra karriärmöjligheter, fin natur och bra bostad är det viktigaste vid val av boendeort. Närhet till familj är något viktigare för talanger i Sverige medan en internationell miljö är viktigare för talanger i Nederländerna.
- 2.** Då målgruppen anser att regionen har relativt dåliga nationella och internationella förbindelser, finns ett behov av att berätta om det som finns.
- 3.** Intresset av att flytta till regionen bland barnfamiljer är något högre, så lägg mer krut här.
- 4.** Gör ett långsiktigt arbete med personliga kontakter och krydda med kampanjer som skapar uppmärksamhet.
- 5.** Målgruppen vill helst ha information om karriärmöjligheter via LinkedIn. I Nederländerna är även e-post en uppskattad kanal och i Sverige via en vän eller bekant.
- 6.** Talanger i Sverige vill helst ha hjälp med jobb till sig själv och eventuell partner samt bostad. Talanger i Nederländerna vill helst ha hjälp med bostad, arbete, lära känna människor och visum/arbetstillstånd.
- 7.** Ett verktyg för att nå teknikkompetensen är att omfamna eventuella partners. Visa därför en större flora av jobbmöjligheter än det bolagen i innovationsmiljöerna söker.



5 tips till

- 1.** Kluster är en väg ut i världen och att nå kompetens och evenemang är ett sätt att skapa relation med människor och att sälja in regionen.
- 2.** Samarbeta i högre grad med Linköpings universitet för att behålla de som redan valt East Sweden.
- 3.** Använd det som förknippas med varumärket Sverige vid marknadsföring i utlandet. Där passar det också bra att länka till workinginsweden.se.
- 4.** Samarbeta med andra som också har intresse av att attrahera talang till Sverige, exempelvis Svenska institutet och Stockholm Business Region.
- 5.** Inrätta en mottagarfunktion som lotsar rätt, tipsar om kontakter och hjälper till att hitta rätt för att ordna det praktiska kring en flytt och att komma in i samhället.

och 5 tips från en talang

Under 2015-2016 genomförde Science Park Mjärdevi projektet Tech Pilots där 10 tekniktalanger följde 9 Mjärdevibolag under ett år. Tech Pilot Johannes Löfgren från Västerås delar med sig av sina tankar.

- 1.** Varje person har sina unika preferenser och det handlar om att kommunicera ett attraktivt erbjudande i den livsfas talangen befinner sig i. Jobba därför utifrån tydliga målgrupper.
- 2.** Arbetsmarknaden är i ständig rörelse. Utvärdera därför löpande om ni fortfarande har ett attraktivt erbjudande.
- 3.** En region blir mer intressant för mig om jag ser att det finns flera attraktiva arbetsplatser inom samma område.
- 4.** Insatser som Tech Pilots ger inblick i regionens arbetsliv. Jag reviderade helt klart min uppfattning om Linköping och tycker att det framstår som mer spännande idag.

**Inspiration
för
nästa steg**



Talanginsatser att inspireras av.

Move to Stockholm är en plattform som Invest Stockholm Business Region står bakom. Här finns en talangguide för personer intresserade av att flytta till Stockholmsregionen.

www.movetostockholm.com

Rädda en stockholmare är en kampanj som aktörer i Örebroregionen genomfört för att attrahera IT-talanger.

www.raddaenstockholmare.se

Vi saknar dig var en kampanj som aktörer i Jönköping genomförde för att attrahera talanger. www.placebrander.se/vi-saknar-dig

All-inclusive-praktik var en satsning som sju kreativa företag i Piteå gjorde för att attrahera nyutexaminerade talanger.

www.placebrander.se/pitea-trainee-program/

International Citizen Service (ICS) med kontor i Köpenhamn, Odense, Århus och Ålborg är ett sätt att underlätta för talang intresserad av Danmark.

www.icitizen.dk

Strategi & Innehåll

Placebrander, Helena Nordström

Form

Rickard Heldemyr Design AB, Rickard Heldemyr & Ofelia Wadskog

