



CENTER FOR REGIONAL- OG TURISMEFORSKNING

Evaluering Comfortness
Oplæg netværksmøde den 10 december 2014

*Anders Hedetoft (hedetoft@crt.dk) og
Tage Petersen (tp@crt.dk), Center for
Regional og Turismeforskning*

Hvad vil jeg tale om

- Erfaringer fra Comfortness
- Nationale erfaringer - “Oplevelsernes Akademi”
 - omfang og resultater
 - erfaringer
 - anbefalinger
- Forsat kompetence og kvalitets udvikling I Bornholms turisme
 - Det vi kan gøre alene
 - Det nationale samarbejde

Comfortness - lederne

- Giver anledning til forandringer i virksomhederne
- Ændret anvendelse af de ressourcer virksomheden disponerer over
- Fået lyst til at få "*det der er i hovedet*" ned på et stykke papir
- Fået anledning til at diskutere fælles problemer og muligheder med ligesindede

Lederne - Læring af hidtidige forløb

- **Deltagerne har fået meget teori, men skal have hjælp til at omsætte det lærte til handling**
- **Virksomhedernes virkelighed skal i højere grad trækkes ind i kurset**
- **For lidt feedback på egen virksomhedsdrift**
- **Markedsføring af kurset bør slå på bedre bundlinje frem for manglende kompetencer**

De ansatte - målgrupper

- Unge uden tidligere eller ringe erfaring med beskæftigelse i en turismevirksomhed
- Voksne uden tidligere eller ringe erfaring med beskæftigelse i en turismevirksomhed
- Ufaglærte/faglærte voksne med et arbejdsliv hvor sæson beskæftigelse er den væsentligste beskæftigelse

Ansatte - Uddannelsesbehov

- Løbende rekruttering af ny kvalificeret arbejdskraft
- Have en kerne – hvordan fastholder vi kernemedarbejdere + sikrer dem en forsat kompetenceudvikling
- Sikre en løbende pulje af kvalificeret arbejdskraft interesserede i turisme – dem med kundekendskab

Nogle mulige løsninger - de unge

- Undervisningsforløb i 9 klasse udskoling eller i
- Ungdomsskolen Kommunalbestyrelsen beslutter indhold i ungdomsskoleundervisning udover det lovpligtige tilbud.

Indhold:

- Kend din Ø. Hvad er god service?
- Hvad vil det sige at være ansat i en turistvirksomhed, hvad er vigtigt for virksomheden?
- Tematiske uddannelser. Fx outdoor eller gourmet

Kernemedarbejdere

- Et bredt og en smalt tilbud
- Det brede tilbud formidlet gennem virksomhedsservice og jobcentret og rettet mod både de unge "erfarne" og voksne med primære beskæftigelse i turisme.
- Et smalt tilbud baseret på virksomhedsbehov på baggrund af opsøgende konsulentvirksomhed og rettet mod ledere og ansatte
- Udnyt erhvervsskolereform - sammensæt uddannelsesforløb på basis af Amu kurser til faglærte uddannelser
- Forsat arbejde med virksomhederne. Amu kurser mv.
- Mere udbredt anvendelse af E læring i faguddannelser (Horesta og DB i dialog med Camus om udvikling af mere faste muligheder)

Oplevelsernes Akademi Region Syddanmark

Budget – 49 mio. kr. over 4 år

473 Partnere

Efteruddannelse rettet mod turisme og oplevelsesvirksomheder

13400 kursus dage

Brobygnings rollen

- Oplevelsernes Akademis rolle var først og fremmest at bygge bro og koordinere samspillet mellem udbydere af uddannelse og erhvervet.
- Samarbejdet med uddannelsesinstitutioner kan sjældent ske gennem etablerede kanaler og er derfor afhængig af personbaseret tillidsrelationer skoler og virksomheder
- Opsamler, systematisere og formidler virksomhedernes behov, samt guide skolerne i opfyldelse af behovet
- Direkte kommunikation og relationer til virksomheder vigtigere end portaler
- Behov for fortløbende dialog og tilpasning mellem skolernes udbud og efterspørgsel, hvis skolerne skal gøre sig attraktive

Udbuddet

- Udbuddet i dag tager udgangspunkt i skolernes kompetencer
- Udfordring at aflæse og målrette uddannelsernes udbud har nødvendiggjort brug af private underleverandører
- Udvikl et målrettet relevant og dækkende efteruddannelsestilbud (salg og service, innovation, digitalisering, storytelling, forretningsudvikling)
 - Lederudd og tilbud til ansatte
 - High Impact Learning
- Der mangler godkendte AMU mål på turismeområdet

Virksomhederne ønsker

- Målrettet tilpasset praksisnære læringsforløb som kan vælges efter behov
- Erfa - Der er ønske om at skabe; tema arbejdsgrupper, branche, værdikæde, destinations- virksomhedsnetværk
- High Impact Learning
Læringen finder sted i en før, under og efter-kontekst. Hjemmeopgaver og implementeringsplaner gør deltagerne mere reflekterende over eget udbytte og hjælper med at opsætte konkrete mål for implementering og forankring
- En vekselvirkning mellem teori og praksis er særdeles vigtig for indlæringen. Uddannelsesinstitutionerne bør derfor inkorporere det praksisnære i de skræddersyede efteruddannelsesforløb

Ønsker Lederuddannelse

- HR-uddannelse som støtte til udvikling af medarbejderne (MUS, talentprogrammer mv.)
- Motivation af medarbejdere/coaching for at fremme bedre service af gæsterne
- Planlægning og uddelegering af opgaver til medarbejderne
- Konflikthåndtering internt i virksomheden og over for gæster
- Organisationsudvikling

Ansatte: Ønsker udover eksisterende tilbud

- Sprog for udenlandsk arbejdskraft (dansk, tysk og engelsk)
- "Sommerfugle"-uddannelse (værtskab)
- Miljøstyring (arbejds miljø), ISO-certificering
- Nethandel og bookingplatform
- Ordblindkursus
- Pakkeløsninger
- Dørmandskurser
- Frivillige medarbejdere, herunder ledelse og uddannelse

Fremtidige kompetence projekter

- National indsats på tværs af regioner og i et endnu tættere samarbejde med erhverv, uddannelsesinstitutioner, forskningsmiljøer og ministerier.
- På regionalt niveau bør der være turisme-uddannelsesansvarlige, der er aktive mediatorer og har den tætte kontakt til erhverv, destinationer og uddannelsesinstitutioner.
- Den regionalt ansvarlige skal sikre koordination og samarbejde på tværs af de tre nationale indsatser: MeetDK, Storbyturisme, Kyst- og Naturturisme.

Den fortsatte indsats på Bornholm

- Følge og øve indflydelse på og samarbejde med nationale/regionale initiativer (turismens udviklingsselskaber, ministerier, forskning, erhvervsskole udbud, Horesta mv.)
- Aflæse og systematisere virksomhedernes uddannelsesbehov
- Tilvejebringe eller udvikle uddannelsestilbud der efterkommer behovet (lokalt/nationalt/E-læring)
- Udvikle et uddannelsestilbud rettet mod de unge (folkeskole ungdomsskole)
- Udvikle tillidsbaseret relationer til både virksomheder og uddannelsesudbydere
- Etabler en dedikeret konsulentfunktion med branchekendskab
- Integrere bornholmske virksomheder i nationale/lokale Erfa grupper (branche, værdikæde, tematiske, geografiske)