

TEMA

HUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

AAU MATCHMAKER

STARTUP UDVIKLER GRØNT ALTERNATIV
TIL VÆSKEPOSEN I SECURITY

AAU-TEKNOANTROPOLOG
INNOVERER I LEO PHARMA





AAU MATCHMAKING
AALBORG UNIVERSITET

KOM MED DIN HISTORIE

Har du en god samarbejdshistorie, et netværksarrangement eller noget helt tredje, som du gerne vil dele, er der mulighed for at bringe det i AAU Matchmaker.

De eneste krav til indholdet er, at det relaterer sig til Aalborg Universitets samspil med virksomheder og institutioner eller knytter sig til et af universitetets mange netværk.

Er du i tvivl om, hvorvidt dit indhold er relevant for AAU Matchmaker, er du velkommen til at kontakte os.

Mail indhold eller spørgsmål til:

Mona Bjørn / mob@adm.aau.dk

Deadline for materiale til næste udgivelse er den 4. februar 2020.

Redaktør

Mona Bjørn / mob@adm.aau.dk

Layout & Grafik

Designwerke / ann@designwerke.dk

Faste journalister

Sanne Holm Nielsen / shn@adm.aau.dk

Thomas Møller Christensen / thmc@adm.aau.dk

Mona Bjørn / mob@adm.aau.dk

Hiva Ahmadi / hiah@adm.aau.dk

Nelly Sander / nsa@adm.aau.dk

Fotos

Colourbox

Aalborg Universitet

Abonnementskontakt

match@aau.dk

INDHOLD

HUMANIORA: EN SKJULT SUCCESHISTORIE

4

AAU-TEKNOANTROPOLOG INNOVERER I LEO PHARMA

6

AAU-FILOSOF GIVER TECH-VIRKSOMHED EN KONKURRENCEMÆSSIG FORDEL

8

PLASTIK KAN RYGE OG REJSE - STARTUP UDVIKLER GRØNT ALTERNATIV TIL VÆSKEPOSEN I SECURITY

10



20

HUMANIORA - MELLEM UDFORDRINGER OG MULIGHEDER

20

JEG FORVENTER AT HUMANISTER MED EN IT-VINKEL BLIVER MERE EFTERSPURGTE I FREMTIDEN

22

FØRST NÅR DU FORMÅR AT SIMPLIFICERE DIN VIDEN, FÅR DU EN GOD KARRIERE UDEN FOR UNIVERSITETET

24

TVÆRFAGLIGT SAMARBEJDE SKAL SKABE FREMTIDENS FJERNVARMESYSTEM

26

GLÆDELIG JUL

28



4

MUSIK-APP SKAL FOREBYGGE STRESS OG FORBEDRE MENTAL SUNDHED I VIRKSOMHEDER

12

HER FÅR UNIVERSITETETS HUMANISTER JOB

14

VÆKST VIA VIDEN: SUCCESPROJEKT SKABER VÆKST I NORDJYSKE SMV'ER

16

FRA PRAKTIK TIL FASTANSÆTTELSE: DEN PERFEKTE GENVEJ TIL SUCCESFULD REKRUTTERING

18



24

ORD SKABER VIRKELIGHED

Dét, vi går og siger, har det med at blive en selvpfyldende profeti. Hum-bashing - generaliseret kritik af humanister over en kam, opstår bl.a. fordi debatten fokuserer på, at humanister rammer uden for skiven f.eks. i forhold til den massive efterspørgsel på tekniske specialister og på at der bliver uddannet for mange af dem til ledighed. De bliver gjort til en del af problemet.

Ord skaber faktisk virkelighed. Så skulle vi ikke hellere i højere grad omtale humanister som en del af løsningen på ikke mindst den grønne og langt mere digitale virkelighed, vi er i gang med at skabe sammen? AAU's humanistiske forskning og humanistisk uddannede kandidater har med problembaserede tilgange til virkelighedens udfordringer masser at byde ind med på de områder.

Høj dimittendledighed blandt humanister er desværre et faktum. Men på AAU synes vi, det er værd at bide mærke i humanisternes stærke indtog på især det private arbejdsmarked. Ud af 1.386 nyuddannede AAU-humaniorakandidater, der afsluttede deres uddannelse i perioden 2013-2017, fik hele 1.081 (78 %) ansættelse i den private sektor. 22 % er ansat i den offentlige sektor. Undersøgelsen baserer sig på tal fra en håndfuld særligt ledighedstruede humaniorauddannelser på AAU.

Men hvad vigtigere er; undersøgelsen viser også at 30 % af dimittenderne kommer direkte i job efter endt uddannelse, hvis de har relevant erhvervs erfaring fra studietiden.

Den gode udvikling skal fortsætte. Sammen kan vi hjælpe den på vej, blandt andet ved at uddannelses- erhvervs- og beskæftigelsesområderne i endnu højere grad tænkes sammen. Humanister med kompe-

tencer, som er tilpasset det moderne arbejdsmarked, der på sin side er parat til at byde dem inden for, både under og lige efter endt uddannelse, sparer penge i kommunekasserne. Det er 3 x win.

Humaniora handler om forskning i mennesker. I dette temanummer sætter vi fokus på værdien og nødvendigheden af humanistiske tilgange til teknologi, globale udfordringer og den moderne forbruger.

Hvorfor ansætter tech-virksomheden Seluxit en filosof? Hvordan gør en studenterstartup flyrejsen grønne allerede i security-køen? Og hvilken værdi tilfører teknoantropologen i medicinalfirmaet LEO Pharma, når han indsamler big data om hverdagsudfordringerne hos patienter, der lider af hudsygdomme?

Fordyb dig og få svarene.
God læselyst.

DORTE STIGAARD,
INNOVATIONS DIREKTØR,
AALBORG UNIVERSITET



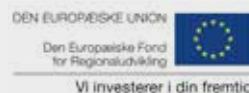
OM AAU INNOVATION

AAU Innovation tilbyder virksomheder og offentlige institutioner en let indgang til de mange kompetencer, som universitetets studerende og forskere besidder. Vi rådgiver om AAUs samarbejds muligheder og er behjælpelige med at skabe kontakt til de rette fagmiljøer.

AAU Matchmaker, der formidler nyheder og cases om vidensamarbejde med AAU, udgives af AAU Innovation. Læs mere om samarbejds mulighederne på match.aau.dk, hvor du også finder nærværende magasin i elektronisk form.

AAU Matchmaker udgives af:
AAU Innovation, Aalborg Universitet
Niels Jernes Vej 10
DK-9220 Aalborg Øst
mail: match@aau.dk
web: match.aau.dk

Med støtte fra:



Nyhedsbrevet må citeres med angivelse af kilde.





HUMANIORA: EN SKJULT SUCCESHISTORIE

AF HENRIK HALKIER, DEKAN,
DET HUMANISTISKE FAKULTET, AALBORG UNIVERSITET

Humaniora har i de senere år været en bragende succes: Produktionen af humanistiske kandidater er steget voldsomt på baggrund af meget store optag, og alligevel har arbejdsløsheden stort set været uændret. Det skyldes ikke mindst, at mange humanistiske kandidater har fået job i det private erhvervsliv. Problemet er bare, at det har været en succes i det skjulte. Måske har kandidaterne og universiteterne haft alt for meget at bidrage med til samfundet og har derfor ikke fået fortalt de gode historier. Faktum er i hvert fald, at det i mange år er de negative historier om humaniora, der har trukket overskrifter. "Hvad skal vi med humaniora?", "Hvordan får vi unge til at vælge noget mere produktivt?" eller "Nyuddannede humanister kan ikke finde job" har det gang på gang lydt. Tendensen har endda været så intensiv og vedholdende, at den har fået et navn: hum-bashing.

FÆRRE HUMANISTER I FREMTIDEN

Jeg er enig i, at vi i en årrække har uddannet for mange kandidater, men her på Aalborg Universitet er alle vores humanistiske uddannelser i dag dimensionerede, så fremover vil der derfor blive uddannet færre filosoffer, sprogfolk, kommunikatører og andre humanister. Og selvfølgelig er det altid et problem, når unge ikke kan finde et job, men det er desværre en problematik, der rammer flere faggrupper. Derfor er det vigtigt, at uddannelsesinstitutionerne samarbejder med aftagere i erhvervslivet og det offentlige om at finde løsninger, så de nyuddannede også får en plads på arbejdsmarkedet og kan bidrage til at skabe vækst i de danske virksomheder. Men jeg kan overhovedet ikke genkende kritikken af det verdensfjerne humaniora, når jeg ser på det humaniora, vi har skabt på Aalborg Universitet.

ERHVERVSLIVET EFTERSPØRGER HUMANISTISKE KOMPETENCER

Her på universitetet er humaniora verdensvendt, og det er lykkedes os at skabe relevante og virkelighedsnære uddannelser, der klæder de studerende på med kompetencer, arbejdsmarkedet efterspørger. Det

er teknoantropologen Mischa Szpirt, som du kan møde i dette nummer af AAU Matchmaker et godt eksempel på. I sit job i medicinalindustrien er han med til at skabe bedre kundeoplevelser og udvikle nye produkter i medicinalindustrien. Noget af det, Mischa Szpirt og andre humanister som ham kan, er nemlig at fokusere på mennesket – både i forhold til sig selv, i forhold til hinanden og i forhold til både den fysiske og sociale verden. Det er også kompetencer, tech-giganterne i USA har fået øjnene op for, og de har derfor de seneste år bl.a. hyret humanister, som kan sørge for, at udviklingen af ny teknologi sker med udgangspunkt i brugernes behov. Den tendens ser vi også i stigende grad herhjemme, ligesom tech-virksomhederne efterspørger filosoffer som Jakob Mainz, der også medvirker i dette magasin.

HUMANISTERNES ROLLE I DEN GRØNNE OMSTILLING

Men humanister spiller også som iværksættere en rolle i forhold til at skabe nye arbejdspladser i samfundet, og det tror jeg, at vi vil se mere af i fremtiden. Hidtil er det bl.a. som privatpraktiserende psykologer eller inden for de kreative erhverv, humanisterne er sprunget ud som iværksættere. Og for mange med stor succes. To af vores kandidater har således med udgangspunkt i et studieprojekt skabt Bedtimes Digital Games – en spilvirksomhed med i dag 14 ansatte, der har kunder over hele verden. I fremtiden tror jeg i høj grad, at den udvikling også vil afspejle sig inden for grønne løsninger. Det er startup-virksomheden STEP med tre turismestuderende, der udvikler bæredygtige væskeposer til flyrejsende et godt eksempel på. Og dem vil vi se flere af, for klimakrisen handler om mennesker og kultur, der har drevet teknologierne i en uholdbar retning. Løsningerne handler derfor også om mennesker og kultur, så her er det naturligt, at humanisterne får en vigtig rolle at spille.

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

AAU-TEKNOANTROPOLOG INNOVERER I LEO PHARMA

AF KRISTIAN SJØGREN

MEDICINALVIRKSOMHEDEN LEO PHARMA HAR FÅET ØJNENE OP FOR POTENTIALT I AT MIXE DET NORMALE HOLD AF SYNTSEKEMIKERE, LÆGER, MOLEKYLÆRBIOLGER OG ANDRE FAGFOLK MED ANTROPOLOGER OG TEKNOANTROPOLOGER.

Mellem LEO Pharmas syntesekemikere, læger og mikrobiologer arbejder forskellige antropologer. En af dem er teknoantropologen Mischa Szpirt fra Aalborg Universitet.

LEO Pharma er nemlig på en rejse, hvor de er i færd med at pionere nye måder at behandle hudsygdomme på. På den rejse er antropologerne vigtige medlemmer af teamet, der forsøger at forstå, hvad blandt andre patienter og læger egentlig har brug for.

I pionerarbejdet arbejder LEO Pharma med "insight driven innovation", hvilket i sin enkelthed går ud på, at virksomheden prøver at forstå patienten og verden omkring patienten til bunds for at kunne designe løsninger, der møder patientens egentlige behov.

- Antropologer er gode til at observere, hvordan hverdagen ser ud for patienter i den virkelige verden eller lægerne i vores kliniske studier. Deres observationer kan vi bruge til at ændre på designet af vores ydelser, så de virker bedre for slutbrugeren, fortæller Helle Bunkenborg, der er Director for R&D Innovation & Transformation i LEO Pharma.

Specifikt for LEO Pharma drejer insight driven innovation sig om eksempelvis først at lave en omfattende undersøgelse af patienternes opfattelse og brug af et af deres produkter og dernæst designe næste generation af produktet.

Et eksempel kan være midlet Enstilar® mod psoriasis. Førhen producerede LEO Pharma lægemidlet som en creme, men efter at antropolo-



ger i samarbejde med andre kolleger gav virksomheden større indsigt i brugen af lægemidlet blandt patienterne, har LEO Pharma nu ændret designet, så Enstilar® i dag minder om en hårmousse, der dels er lettere af påføre, mindre fedtet end creme og samtidig tørrer hurtigere ind. Psoriasismidlets nye design fik LEO Pharma en innovationspris for.

DET HANDLER OM SLUTBRUGERENS ERFARINGER, ADFÆRD OG RUTINER MED PRODUKTET

En af de antropologer, som LEO Pharma har ansat, er teknoantropolog Mischa Szpirt fra Aalborg Universitet.

Mischa Szpirt blev først ansat i LEO Pharmas Innovation Lab til at finde ud af, hvordan patienter benytter de teknologiske løsninger, som LEO Innovation Lab udviklede.

Blandt andet kunne Mischa Szpirt sammen med teknoantropolog Nikolaj Frøsig kortlægge, at på sociale medier var folk med hudsygdomme mere interesserede i kemiske ingredienser og pH-værdier i hudprodukter end at se smukke mennesker med perfekt hud bruge produkterne. Opdagelsen havde direkte indvirkning på den måde, som LEO Innovation Labs projekt HelloSkin præsenterede deres hudprodukter på.

LEO Innovation Lab har også udviklet en app, som patienter med psoriasis og eksem kan benytte til at følge med i udviklingen af deres hudsygdom. Men brugerinterviews viste, at ikke alle med hudsygdomme var lige begejstret for at tage billeder af deres hud.

- Når vi implementerer ny teknologi, er det nødvendigt ikke kun at forstå produktet, men også brugen af det. Det handler om slutbrugerens erfaringer, adfærd og rutiner med produktet, forklarer Mischa Szpirt.

ANTROPOLOGER ER TRUKKET HELT IND I KERNEFORRETNINGEN

Hos LEO Pharma drejer engagementet med antropologer som Mischa Szpirt sig i høj grad, men ikke udelukkende, om at skabe en bedre kundeoplevelse. I sidste ende drejer det sig også om tid og penge.

Helle Bunkenborg fortæller, at det ikke kun handler om, at LEO Pharma kan tjene flere penge ved at forstå patienten og deres økosystem bedre end konkurrenterne, men også at bruge pengene på udvikling af nye produkter mere fornuftigt.

- Når man laver lægemidler, er der mange penge på spil. Noget af det, som antropologer - sammen med de mange kolleger, der er eksperter i at gennemføre kliniske studier - kan hjælpe os med, er at optimere vores løsninger til de kliniske studier, så løsningerne skaber så lidt problemer som muligt for klinikkerne. Uanset hvilken industri man er i, er man nødt til at forstå den virkelighed, som ens løsninger skal leve i og forstå den bedre end konkurrenterne for at opnå en fordel, siger Helle Bunkenborg.

LEO Pharma begyndte at ansætte antropologer for fem år siden. Det startede med at være med et mål om bedre at forstå patientoplevelsen med de produkter, som virksomheden laver.

- Nu har vi trukket det helt ind i kerneforretningen, så antropologerne er med i hele udviklingen af nye produkter fra den kliniske udvikling, til det rammer slutbruger. Det har spredt sig, efter vi har set den værdi, som antropologerne kan tilføre forretningen, siger hun.



HELLE BUNKENBORG

DIREKTOR, R&D & TRANSFORMATION,
LEO PHARMA

OM LEO PHARMA

LEO Pharma er en dansk medicinalvirksomhed, der blev grundlagt i 1908. Medicinalvirksomheden har hovedsæde i Ballerup, men sælger sine produkter i mere end 130 lande.

LEO Pharma har primært fokus på lægemidler mod hudlidelser som psoriasis og eksem samt veneblodpropper. Den danske virksomhed var i 1945 den første medicinalvirksomhed uden for USA og Storbritannien til at producere penicillin.

LEO Pharma har over 6.000 ansatte på verdensplan. De 2.000 er ansat i Danmark.

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

AAU-FILOSOF GIVER TECH-VIRKSOMHED EN KONKURRENCEMÆSSIG FORDEL

AF KRISTIAN SJØGREN

HOS SELUXIT HJÆLPER FILOSOF JAKOB MAINZ FRA AALBORG UNIVERSITET TECH-VIRKSOMHEDEN MED AT HOLDE STYR PÅ ETIKKEN. DET GIVER VIRKSOMHEDEN EN KONKURRENCEMÆSSIG FORDEL I FORHOLD TIL KONKURRENTERNE.



Teknologi og Internet of Things (IoT) udvikler sig ofte hurtigere, end samfundet kan følge med. Nogle gange går det så stærkt, at udviklingen er langt foran lovgivningen, når det eksempelvis gælder håndtering af personfølsomme data.

JAKOB MAINZ

- ERHVERVSPHD, ANVENDT FILOSOFI,
AALBORG UNIVERSITET

Netop derfor har teknologivirksomheden Seluxit ansat AAU-filosof Jakob Mainz i en ErhvervsPhD-stilling. Seluxit udvikler blandt andet hardware og apps, der kan kontrollere alt fra plæneklippere til hjemmestøvsugere, og systemerne genererer en enorm mængde data, som kan benyttes til at forbedre funktionaliteten af produktet. Jakob Mainz hjælper med at udvikle etiske retningslinjer for Seluxit, når det gælder dataspørgsmål.

- Det giver os en konkurrencemæssig fordel at have Jakob ansat, fordi vi får en dataetisk blåstempling, som vores konkurrenter ikke har. Udover at han hjælper os med at forfatte vores principper i forhold til at håndtere dataetiske spørgsmål, kan vi også benytte ham som konsulent for andre virksomheder, der slås med lignende etiske problemstillinger som os, fortæller marketing- og pre-sales consultant i Seluxit Brian Boyles.

OM SELUXIT

Seluxit er en nordjysk teknologivirksomhed, der hjælper kunder med at forbinde deres produkter til internettet ved hjælp af IoT teknologi. Det sker blandt andet gennem apps. Seluxit udfører blandt andet opgaver for Gardena og Kärcher samt Tysklands næststørste energiselskab, Innogy.

NØDVENDIGT MED ETISKE REGLER, NÅR MAN HÅNDRERER PERSONFØLSOMME DATA

For Brian Boyles og Seluxit handler ansættelsen af Jakob Mainz om at bringe virksomheden på forkant med alle de etiske spørgsmål, som følger med den teknologiske udvikling.

- For 30 år siden vidste vi ikke, hvordan folk brugte disse produkter, efter de havde forladt butikken. I dag kan vi tappe ind i data og se, hvordan, hvor meget og på hvilke tidspunkter produktet bliver brugt. De data kan benyttes til at forbedre næste generation af produkter, men data fortæller også en masse om de mennesker, som benytter produkterne, forklarer Brian Boyles.

Produktdata kan benyttes til eksempelvis at udlede, hvornår folk er hjemme, eller hvor mange der bor i husstanden, og den slags data er personfølsomme data, der skal behandles varsomt. Det er som et banalt eksempel meget interessant for tyve at vide, hvornår folk er hjemme, og hvis data falder i de forkerte hænder, kan de misbruges.

- Der er en masse gråzoner i det her, og vi har hyret Jakob for at kunne adressere de etiske spørgsmål omkring dataejerskab og privatliv, så vi kan stå 100 procent på mål for den måde, vi håndterer folks personfølsomme data, siger Brian Boyles.

SKAL LAVE 10 DATAETISKE PRINCIPPER

Indledningsvist har Seluxit sat Jakob Mainz på opgaven at komponere 10 principper for dataetik inden for IoT. De principper skal virksomheden og virksomhedens kunder følge.

VÆRDIEN FOR SELUXIT I AT ANSÆTTE EN FILOSOF

- Bringer virksomheden på forkant med den lovgivning, som uundværligt kommer på området på et tidspunkt inden for de kommende år.
- Sikrer, at både Seluxit og deres kunder ikke befinder sig i en etisk gråzone.
- Blåstempler over for kunder og samarbejdspartnere, at virksomheden tager dataetik alvorligt.

Det kan lyde som en nobel tanke at lave 10 dataetiske regler, men faktisk har det lige så meget at gøre med at komme på forkant med lovgivningen. Det gælder ikke kun for Seluxit, men også for deres kunder og samarbejdspartnere.

- Persondata flyder faktisk bare gennem vores system og ud til vores kunder, som derfor har ansvaret for en hel masse data. Med Jakob kan vi tilbyde vores kunder at gennemgå deres etiske retningslinjer og blåstemple deres håndtering af data, forklarer Brian Boyles.

FLERE FILOSOFER I TECH-VIRKSOMHEDER I FREMTIDEN

Brian Boyles er sikker på, at Seluxit hverken er de første eller sidste til at ansætte en filosof i en tech-virksomhed. Han ser allerede nu en trend i branchen, som er startet med de største virksomheder som Microsoft, Google og Amazon, der netop har stort fokus på at ansætte blandt andet filosoffer til at holde styr på virksomhedernes etiske retningslinjer.

Den udvikling, mener han, vil smitte af på mindre virksomheder, der er nødt til at følge i de store spilleres fodspor for ikke at komme i klemme i en etisk gråzone med risiko for den negative branding, som følger med.

- Alle har måske ikke behov for at nedfælde 10 dataetiske principper. Men vi og andre virksomheder inden for IoT har brug for etiske retningslinjer, som vi kan kommunikere klart ud til vores kunder. Vi har ikke selv kunnet vente med at gøre det, så vi har gjort det nu, og jeg er sikker på, at andre virksomheder vil lade sig inspirere og følge trop, siger Brian Boyles.



BRIAN BOYLES
- MARKETING- OG PRE-SALES
CONSULTANT, SELUXIT

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID**OM STEP**

Bag STEP står Simone Maria Bovien, Annika Lisberg og Line Hørlück Eriksen. Alle studerer turisme på Aalborg Universitet i København. De er netop nu i virksomhedspraktik på fuldtid i deres egen startup. Startup i praksis-forløbet er støttet af Fonden for Entreprenørskab og drives af Inkubator Aalborg Universitet.

PLASTIK KAN RYGE OG REJSE

- STARTUP UDVIKLER GRØNT ALTERNATIV TIL VÆSKEPOSEN I SECURITY

AF MONA BJØRN

DREVET AF AT GØRE FLYREJSER BÆREDYGTIGE, HVOR DET ER MULIGT, ER TRE TURISME-STUDERENDE I AAU KØBENHAVNS INKUBATORMILJØ I GANG MED AT UDVIKLE ET BIOLOGISK NEDBRYDELIGT OG HJEMME-KOMPOSTERBART ALTERNATIV TIL DEN LOVBEEFALEDE PLASTIK-POSE TIL VÆSKER I HÅNDBAGAGEN PÅ FLYREJSER. KONCEPTET BAG STARTUPPEN HANDLER OM AT PÅVIRKE DEN REJSENDES ADFÆRD I EN GRØNNERE RETNING PÅ HELE REJSEN.

Ideen om væskeposerne opstod på et innovationsforløb på turismestudiet. STEP udførte optællinger i security-områderne i Kastrup Lufthavn, der viste at en tredjedel af passagererne i gennemsnit bruger én eller flere poser. Alene i Kastrup Lufthavn checkede 15 millioner rejsende gennem security i 2018. Med over 300 lufthavne i Europa har det pejlet STEP ind på potentialet i at udvikle et alternativt produkt.

- Vi ved fra forbrugerundersøgelser, at flere danskere ønsker at minimere deres plastforbrug og efterspørger grønnere produkter. Med vores bæredygtige alternativ til ziplock-plastikposen i security giver vi lufthavne mulighed for at brande sig på bæredygtige driftstiltag, mindsker forbruget af engangsplastik og skaber værdi for flyrejsende, der gerne vil bevæge sit CO²-aftryk i en lidt mere bæredygtig retning, siger Simone Bovien, én af de tre stiftere bag STEP.

FLYTTER DEN REJSENDE I BÆREDYGTIG RETNING

Væskeposen er blandt andet fremstillet af organisk materiale, der sikrer, at poserne ikke udleder CO₂ ved nedbrydning og desuden nedbrydes på under et år i naturen eller havet. Materialer af denne type bliver brugt i f.eks. skraldeposer. Men der findes endnu ikke et produkt, der lever op til flybranchens krav om en pose, der kan indeholde en liter, har ziplock og er gennemsigtig.

- Vi er i dialog med forskellige producenter i flere lande. Blandt andet i Kina, da de er klart længst fremme i forhold til grønne alternativer til plastik, forklarer Simone Bovien og tilføjer, at STEP netop nu søger samarbejdspartnere, der kan rådgive dem om materialetests op imod EU-certificeringen OK Compost HOME.

Konceptet bag STEP handler helt overordnet om at opfordre rejsende til at minimere deres forbrug af plastik på hele rejsen. QR-koder på poserne skal informere om, hvordan lufthavnene arbejder med bæredygtighed og give den rejsende konkrete forslag til grønnere adfærd.

- Vores opfordring til den rejsende er: Gør hvad du kan. Du kan ikke gøre flybrændstof bæredygtigt, men du kan træffe nogle bevidste forbrugervalg på rejsen, der ikke belaster planeten yderligere, forklarer Simone Bovien.

HUMANISTER HAR OGSÅ IVÆRKSÆTTERPOTENTIALE

STEP er bare ét ud af 30 startup-teams, der på under et år er blevet en del af Aalborg Universitets inkubatormiljø i København. Her får startups kontorplads, rådgivning og sparring om forretningsudvikling. De studerende kommer fra flere forskellige uddannelser.

- Der eksisterer måske stadig en stereotyp om iværksættere, at de overvejende har teknisk og ingeniørfaglig baggrund. STEP er et godt eksempel på, at der også er iværksætterpotentiale hos humanister. Generelt ser vi en tydelig tendens blandt studenteriværksættere til at komme op med forretningsideer, der i højere grad tager afsæt i bæredygtighed og løsninger til, hvordan man kan gøre størst mulig forskel for flest mulig mennesker, forklarer Jacob Lundberg, rådgivende forretningsudvikler ved Inkubator Aalborg Universitet i København.

INKUBATORFORLØB ER EN GENVEJ TIL ERHVERVSERFARING

Studenterinnovation er et strategisk indsatsområde for Aalborg Universitet. Missionen er at udbrede innovations- og entreprenørskabskompetencer til studerende i tæt samspil med deres faglighed. Det udvider deres faglige horisont og tvinger dem ud over pensum, så de også bliver bedre studerende.

- I studenterstartups er læringen i højsædet, men i inkubatoren er der selvfølgelig også fokus på det kommercielle potentiale. De studerende, der går igennem et inkubatorforløb, bliver tvunget til at forholde sig til alle aspekter af en virksomheds drift. Det er en genvej til erhvervs erfaring, der højner deres parathed til arbejdsmarkedet betragteligt, fortæller Jacob Lundberg.

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

MUSIK-APP SKAL FOREBYGGE STRESS OG FORBEDRE MENTAL SUNDHED I VIRKSOMHEDER

AF THOMAS MØLLER CHRISTENSEN

TO MUSIKTERAPEUTER FRA AALBORG UNIVERSITET (AAU) HAR UDVIKLET EN MUSIK-APP, SOM BLANDT ANDET BRUGES TIL AT AFHJÆLPE SVÆRE SØVNPROBLEMER. I ET NYT FORSØG VIL DE TESTE OM DEN OGSÅ KAN FOREBYGGE STRESS OG ØGE TRIVSLEN HOS MEDARBEJDERNE I MARIENDAL ELECTRICS.

En deadline tikker forude. Der er stadig mails, du ikke har svaret på. Derhjemme er der også fuld fart på; familie, venner, fritidsinteresser og forpligtelser.

Travlheden er for mange blevet synonym med en helt almindelig hverdag. For nogle i en sådan grad, at det påvirker deres trivsel og på sigt udvikler sig til stress. Blandt andet hos Mariendal Electrics hvor de også

oplever, at medarbejderne i stigende grad er pressede i hverdagen. Det påvirker både arbejdsmiljø og trivsel.

Derfor vil de nu, i samarbejde med forskere fra AAU, undersøge, om en musik-app kan vende udviklingen i den nordjyske el-installationsvirksomhed.

- Vi har sat trivsel øverst på dagsorden, for vi mærker en stigende efterspørgsel på en bedre arbejdsbalance. Derfor glæder vi os til at afprøve, om kombinationen af små pauser og musik kan forebygge sygefraværet, fortæller HR-chef Anne Madsen.

FÅR HJERNEN TIL AT SLAPPE AF

Musikstjernen, som app'en hedder, er udviklet af musikterapeuterne Helle Nystrup Lund og Lars Rye Bertelsen, der begge er tilknyttet Psykiatrien ved Aalborg Universitetshospital. Helle Nystrup Lund som ph.d.-studerende og Lars Rye Bertelsen som ph.d.-studerende, forskningsassistent og klinisk musikterapeut.

Musikstjernen har tidligere været brugt til behandling af blandt andet søvnbesvær. Det er mange af de samme principper, der nu skal forebygge sygefraværet og øge trivslen hos Mariendal Electrics' medarbejdere.

- Vi er vant til at bruge musik opregulerende, mens det virker mere fjernt at bruge det nedregulerende. Men det giver faktisk rigtig god mening, fordi musik med en langsom rytme gør, at vores puls falder. Det virker afstressende, så krop og hjerne slapper mere af, forklarer Helle Nystrup Lund.

Musikken i app'en er sammensat i 12 playlister nøje udvalgt efter, hvordan de kan berolige og reducere stress. De 12 playlister er inddelt i farver, som afspejler hvor stimulerende musikken er. Ved at gøre musikvalget så intuitivt og enkelt som muligt, med valget af en farvet trekant i stedet for en genre eller kunstner, forenkles tilgangen til musikken.

- Vi har forsøgt at tilgå en kompleks virkelighed med en meget simpel løsning. I en travl hverdag er det vigtigt, at det er intuitivt for både øjnene og ørene. Derfor er designet nemt at forstå og musikken forudsigelig. Jo nemmere og mere forudsigeligt det er, desto mere slapper hjernen af, siger Lars Rye Bertelsen.

SKABER TRYGHED

Forsøget sættes i gang i begyndelsen af 2020, hvor Musikstjernen installeres på 50-55 af Mariendal Electrics' medarbejders smartphones.

- Idéen er at lægge små lommer af fem til 10 minutter ind i løbet af en arbejdsdag, hvor medarbejderne kan lytte til musik og tage sig tid til at trække luft ned i maven og finde ro, siger Anne Madsen.

Musikken har to hovedfunktioner i de indlagte pauser: Den skal dels lede tanker væk fra opgaver og bekymringer og dels påvirke kroppen og hovedet til at reducere tempoet, så medarbejdere også fysisk falder mere til ro.

- Musik kan hjælpe med at koble fra og skabe en indre oplevelse af et trygt sted. Det er med til at give et pusterum fra alle de tanker, der farer rundt i hovedet. Det er noget, vi alle sammen kan have glæde af, påpeger Helle Nystrup Lund.

Samtidig forventer Anne Madsen, at musikken kan gøre det mere håndgribeligt at indføre små pauser i hverdagen. Og hun håber og tror på, at det skaber mentalt sundere medarbejdere.

- Det vil da være fantastisk, hvis vores medarbejdere får en større indsigt i, hvordan små pauser med musik kan hjælpe dem til at finde ro, skabe fokus og nærvær, både i løbet af arbejdsdagen, men også når det er tid til at restituere efter fyraften.



ANNE MADSEN

- HR-CHEF, MARIENDAL ELECTRICS

KOMMERCIALISERING AF MUSIKSTJERNEN

Musikstjernen blev oprindeligt udviklet som et middel til nedbringelse af tvang i psykiatrien. Da Helle Nystrup Lund og Lars Rye Bertelsen overtog rettighederne fra Region Nordjylland, kontaktede de Open Entrepreneurship på Aalborg Universitet. De hjalp med sparring og gode råd til at kommercialisere deres forskning og har blandt andet hjulpet med at udvikle en businessplan og strategi for investerings- og samarbejdspartnere.

FRA FORSKNING TIL FORRETNING

Aalborg Universitets kommercialiseringsaktiviteter er støttet af projekterne Science for Society 2.0 og Open Entrepreneurship. Formålet er at bygge bro mellem den akademiske verden og industrien og gøre mere forskning til forretning til gavn for samfundet.

Læs mere på www.sea.aau.dk/r2b eller www.en.patent.aau.dk/Open+Entrepreneurship

HER FÅR AALBORG UNIVERSITETS HUMANISTER JOB



JOB I DEN PRIVATE SEKTOR

Den private sektor beskæftiger lige over halvdelen af humanisterne uddannet fra AAU i 2017. Den anden halvdel fordeler sig på kommuner, stat og regioner i faldende rækkefølge. (AAU, 2017)

BRANCHE TOP 10

Brancher i den private sektor som beskæftiger AAU-humanister (AAU, 2017)

1. IT-virksomhed 19 %
2. Anden type virksomhed 14 %
3. Handels- og detailvirksomhed 12 %
4. Reklame- og markedsføringsvirksomhed 12 %
5. Kultur og turisme 7 %
6. Servicevirksomhed 7 %
7. Konsulent- og analysevirksomhed 6 %
8. Produktion og fremstilling 6 %
9. Undervisningsbranchen 5 %
10. Sundhedsfaglig virksomhed 5 %

35 % **33 %** **14 %**



JOBGEOGRAFI

Ud af 800 humanistiske kandidater adspurgt i 2017 var 35 % i job Region Nordjylland, 33 % i Region Hovedstaden og 14 % Region Midtjylland. Europa og øvrige udland udgjorde tilsammen 9 %. (AAU, 2017)

ERHVERVSERFARING ØGER HUMANISTERS EMPLOYABILITY



STUDIEJOB OG PRAKTIK FØRER TIL FØRSTE JOB

Top 3 over erhvervsrettet samarbejde som fører til humanistiske dimittenders ansættelse i den pågældende virksomhed efter endt uddannelse. (AAU, 2017)

1. Et studierelevant studiejob (31 %)
2. Et praktikforløb (28 %)
3. Et projektsamarbejde (16 %)



HUMANISTER SAMARBEJDER MED VIRKSOMHEDER UNDER STUDIET

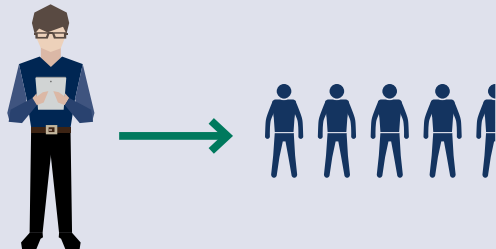
75 % af de studerende på AAU's humaniorauddannelser har et praktikforløb i en virksomhed eller organisation. 53 % har et studierelevant studiejob under uddannelsen. (AAU, 2017)



DIREKTE I JOB

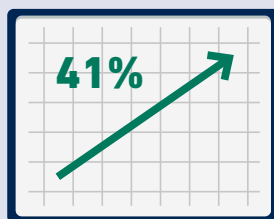
Erhvervs erfaring betød for 30 % af de nyuddannede fra syv udvalgte humaniorauddannelser på AAU, at de gik direkte i job efter endt uddannelse. Blandt dem uden erfaring kom 11 % i job lige efter dimission. (AAU, 2018)

AKADEMIKERE LØFTER SMV'ERS VÆKST



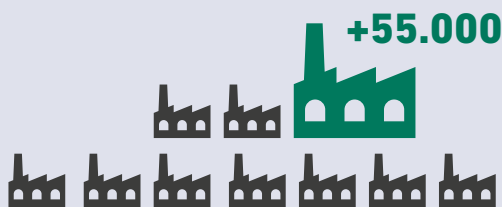
FLERE MEDARBEJDERE

Virksomheder, der ansætter sin første akademiker, har højere beskæftigelsesudvikling, end de der ikke ansætter en akademiker. Medarbejderskaren øges med 4,5 ansatte i den enkelte virksomhed over en treårig periode. (DJØF, 2017)



VÆRDITILVÆKST EFTER FØRSTE ANSATTE AKADEMIKER

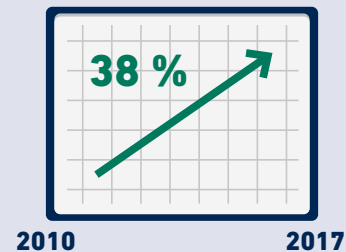
Virksomheder, der ansætter sin første akademiker, oplever en værditilvækst på 41 % over en femårig periode. (DJØF, 2017)



STORT UFORLØST POTENTIALE I SMV'ER

Hvis hver tiende SMV ansatte sin første akademiker, ville dét alene betyde 55.000 nye jobs over tre år. Heraf 12.000 faglærte og 14.000 ufaglærte jobs (DJØF, 2017).

FLERE HUMANISTER PÅ FREMTIDENS ARBEJDSMARKED



STIGNING I BESKÆFTIGEDE HUMANISTER

14.062 flere uddannede humanister er kommet i arbejde fra 2010 til 2017. Det er en stigning på 38 % (Danmarks Statistik, 2018)



HANDEL OG IT TOPPER

Der er kommet i alt 1.442 flere humanister i job i handelsbranchen. Det er en stigning på 95 %. Inden for software- og appudvikling arbejder der 830 flere humanister. Det svarer til en stigning på 93 % (Danmarks Statistik, 2018)

KILDER

- Dimittendundersøgelsen, Det Humanistiske Fakultet, Aalborg Universitet, 2017
- Vejen til selvforsørgelse for udvalgte humanistiske dimittender fra AAU, Det Humanistiske Fakultet ved Aalborg Universitet og Familie- og Beskæftigelse i Aalborg Kommune, 2018
- Værdien af den første akademiker i små og mellemstore virksomheder, DJØF Analyse, 2017
- Danmarks Statistik, Særkørsel for Dansk Magisterforening, 2018

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

VÆKST VIA VIDEN:

SUCCESPROJEKT SKABER VÆKST I NORDJYSKE SMV'ER

AF MONA BJØRN

DET NORDJYSKE INITIATIV VÆKST VIA VIDEN HAR MED SUCCES TACKLET DEN DOBBELTE UDFORDRING, AT NORDJYSKE VIRKSOMHEDER IKKE VÆKSTER SOM ØNSKET, OG AT OP IMOD 60 % AF DE HØJTUDDANNEDE DIMITTENDER FLYTTER VÆK FOR AT TAGE JOBS UDEN FOR REGIONEN. PROJEKTET HAR SKABT VÆKSTMULIGHEDER I SMÅ OG MELLEMLIGE VIRKSOMHEDER (SMV) GENNEM HUNDREDEVIS AF NYE JOBS TIL HØJTUDDANNEDE.

Vækst Via Viden har i sin helhed skabt så gode resultater, at det er blevet bredt anerkendt som en nordjysk succeshistorie. På tre år er der ved seneste optælling skabt 804 nye jobåbninger, som har ført til 676 ansættelser. De flotte resultater er nået på baggrund af et meget finmasket samarbejde mellem Jobcenter Aalborg, nordjyske erhvervs-kontorer og uddannelsesinstitutioner i to sideløbende indsatser.

Erhvervsorganisationen SMVDanmark har fulgt projektet og de foreløbige resultater med stor interesse.

- De virksomheder, vi repræsenterer, har næsen i sporet, hvad angår drift. At ansætte højtuddannede har ikke førstehedsrang hos dem, medmindre det hænger tæt sammen med vækstmuligheder. Den udfordring har Vækst Via Viden løst i en nordjysk kontekst, siger vicedirektør i SMVDanmark, Jakob Brandt.



PANPAC ENGINEERING ANSÆTTER SIN FØRSTE VÆKSTPILOT

PanPac Engineering er en af de virksomheder, der har ansat sin første universitetsuddannede medarbejder, en såkaldt vækstpilot, på baggrund af projektet. Virksomheden producerer robotstyrede palleteringsanlæg. I forbindelse med udvikling og patentering af nye produkter, fik virksomheden i 2017 behov for en marketingkoordinator til at lave salgsstrategier, der kunne ramme det nye kundesegment. Det har samlet trådene i virksomhedens markedsføring generelt.

- Vi har fået en masse synlighed på blandt andet vores hjemmeside, som rammer kunder, vi ikke havde fat i før. Ikke alene har det skabt fokus på vores nye produkter men har også flyttet på vores eksisterende produkter, siger Morten Nysted, administrerende direktør i PanPac Engineering.

HUMANISTER MED IT-VINKEL ER SÆRLIGT EFTERSPURGTE

Projektets ene ben har været målrettet virksomheder. De nordjyske erhvervskonsulenter har gjort det lokale benarbejde med at afdække 1.500 virksomheders behov. Fokus har været på at afsøge virksomhedernes vækstpotentiale og matche dem med den nødvendige højtuddannede arbejdskraft. Humanistiske kompetencer med en it-vinkel har været særligt efterspurgt hos SMV'erne.

- I ca. 9 ud af 10 af de ansættelsesprocesser vi har været en aktiv del af, har virksomhederne søgt kompetencer inden for virksomhedskommunikation og digitalisering. Salg og markedsføring ved hjælp af websider og SoMe har været en klar hitter, siger Thomas Therkelsen, virksomhedskonsulent i Jobcenter Aalborg.

Jobcenter Aalborg har som led i projektet etableret en central matchenhed. Matchenhedens rolle har været at udføre håndholdt rekruttering af relevante kandidater til jobåbningerne på tværs af de nordjyske kommuner.

FLYTTER STUDERENDES FOKUS NORDPÅ

Målgruppen for projektets andet ben har været studerende og ledige nyuddannede. I alt har 1.625 nyuddannede fra Aalborg Universitet og University College Nordjylland deltaget i forløb, der har informeret dem om jobmuligheder i nordjyske SMV'er.

Aalborg Universitet har blandt andet afholdt projektbørser, hvor virksomheder har præsenteret konkrete samarbejdsoplæg til studerende. Op imod 80 % af de deltagende virksomheder på projektbørser har etableret et samarbejde med studerende på baggrund af eventen.

- Vi vil gerne medvirke til at flytte de studerendes fokus mod nordjyske SMV'er. Et erhvervssamarbejde under studiet giver de studerende virksomhedskendskab og er en genvej til første job, siger Camilla Frost Lyng, projektleder på Aalborg Universitet.

VÆKST VIA VIDEN FOR HELE LANDET

I Nordjylland arbejdes der i øjeblikket på oplægget til en ny projektperiode, der skal bygge videre på de gode resultater og det velfungerende aktørsamarbejde. Samtidig håber SMVdanmark, at de gode erfaringer fra projektet kan udbredes.

- Jeg glæder mig til den endelige evaluering, for jeg tror, den vil være god læring til regeringens embedsværk. Indsatser bygget op som Vækst Via Viden og særligt en national vækstpilotordning bør prioriteres politisk, så de kan komme hele landet til gavn. Det er en god retning for Danmark, siger Jakob Brandt.

VÆKST VIA VIDEN, JUNI 2016-2020

Projektets formål: At skabe vækst og udvikling i nordjyske virksomheder gennem ansættelse af højtuddannede, såkaldte vækstpiloter. Tilskud til vækstpilotens lønomkostninger på op til 12.500 kr. pr. måned.

Resultater pr. oktober 2019: 804 jobåbninger, som har ført til 676 ansættelser i nordjyske små og mellemstore virksomheder.

Partnere: Jobcenter Aalborg, Nordjyske erhvervskontorer, Erhvervshus Nordjylland, University College Nordjylland og Aalborg Universitet.

TEMA

HUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID



SØGER DIN VIRKSOMHED EN PRAKTIKANT?

Læg et gratis praktikopslag på jobbank.aau.dk.



FRA PRAKTIK TIL FASTANSÆTTELSE: DEN PERFEKTE GENVEJ TIL SUCCESFULD REKRUTTERING

AF THOMAS MØLLER CHRISTENSEN

DELSTED PRODUCTIONS ANSÆTTER GERNE NYUDDANNEDE, HVIS DE ER TALENTFULDE. DERFOR ER PRAKTIKKER OG STUDIEJOBS EN VIGTIG DEL AF DERES REKRUTTERING. DE ANSATTE SKABER PÅ DEN MÅDE NEMLIG HURTIGERE VÆRDI, FORDI DE ALLEREDE ER EN INTEGRERET DEL AF VIRKSOMHEDEN.

Da AAU-studerende Rikke Halds praktik sluttede hos Delsted Productions, fortsatte hun i et studiejob samme sted. Og inden hun kunne kalde sig cand.mag. i kommunikation blev hun tilbudt jobbet som projektkoordinator.

Rikke Halds forløb fra praktikant til studiejob til fast ansættelse er en god, men ikke unik historie for medieproduktionselskabet. Tværtimod er det en helt bevidst strategi.

- Hvis vi allerede kan se kvaliteterne under praktikken, er vi ikke bange for at ansætte nyuddannede. Derfor bruger vi praktikker og studiejobs som led i rekruttering af nye medarbejdere, forklarer Daniel Hermansen, der er administrerende direktør, og uddyber:

- Det er bare lettere for os at ansætte en, vi kender i forvejen. De ved, hvordan maskinen fungerer, og vi ved, hvad de står for både fagligt og socialt. De er koblet på systemet, kender kulturen, vores kunder og så videre. Derfor kan de skabe værdi fra dag ét.

GIV PRAKTIKANTERNE ANSVAR

Delsted Productions gør meget ud af deres praktikforløb. Blandt andet ved at skabe tydelige rammer og gøre praktikanterne til en betydelig del af forretningen.

- Vi involverer vores praktikanter fra begyndelsen. Det er vigtigt, at de får ansvar og ved, hvad vi forventer af dem. Så kan vi bedre se deres kompetencer, og de kan nemmere præstere. Det giver stor værdi for begge parter, siger Daniel Hermansen.

Det er Rikke Hald meget enig i. For hende var praktikken en speciel og vigtig periode af uddannelsen, hvor hun blev klogere på sine faglige interesser og kunnen. Og det skyldes især, at hun fik ansvar og indflydelse.

- Delsted var rigtig gode til at give mig ansvar, og jeg var blandt andet med til kundemøder fra første dag. Jeg arbejdede ikke i et parallelt praktikspor, men fik indflydelse på vigtige dele i produktionerne. På den måde kunne jeg faktisk gøre en forskel under min praktik, og det var vildt fedt, fastslår Rikke Hald.

KOMPETENCER DE IKKE VIDSTE MANGLEDE

Rikke Halds indflydelse hos den nordjyske virksomhed fortsatte altså videre i studiejobbet og fast ansættelse. Og Daniel Hermansen er ikke i tvivl om, det var en god idé.

- Jeg kan næsten ikke sætte ord på, hvor stor værdi Rikke har for os. Hun besidder nogle stærke kompetencer, som vi manglede i virksomheden. Vi vidste det bare ikke, før hun kom i praktik og gjorde det tydeligt for os, fortæller Daniel Hermansen.



SYNS-
PUNKT

HUMANIORA

– MELLEML UDFORDRINGER OG MULIGHEDER

AF MADS ERIKSEN, UDDANNELSES- OG FORSKNINGSPOLITISK CHEF, DANSK ERHVERV

HUMANIORA HAR I MANGE ÅR VÆRET UDFORDRET AF HØJE ARBEJDSLØSHEDSRATER OG LAV LØN, MEN NÅR ROBOTTERNE KOMMER, ER HUMANISTISKE KOMPETENCER NØDVENDIGE. ERHVERVSLIVET HAR I DEN GRAD BRUG FOR FREMTIDENS HUMANIORA.

Humaniora er så udskældt et område, at der ligefrem er et begreb for humaniorakritik – hum-bashing. Noget af kritikken har været berettiget. Der har været et overudbud af humanister og ledigheden er stadig alt for høj.

Når man taler om de aktuelle problemer, glemmes det dog ofte, at universitetsuddannelser er et skib med en usædvanlig langsom manøvre-dygtighed. I 2014 indførte man en dimensionering af uddannelser med høj ledighed – og da en fuld universitetsuddannelse nu en gang tager fem år, så ser vi først resultaterne nu og i de kommende år.

Vi kan dog allerede se et meget markant skifte ved universitetets porte. I 2013 blev der optaget ca. 8.500 humanister, i år var det tal faldet til ca. 6.000. Med førnævnte udfordringer in mente er det nok en meget fornuftig udvikling – i hvert fald for mange områder.

Men det er alligevel alt for tidligt at skrive humanioras gravskrift.

Faktisk står vi lige nu midt i en rivende udvikling, der i den grad kalder på humanistiske kompetencer. Nye digitale teknologier står til at overtage en lang række job og jobfunktioner. Er der en arbejdsopgave, som gentages, kan den automatiseres. Hvor det tidligere var de fysiske robotter, der overtog kedeligt og slidsomt arbejde, så er det nu på de administrative områder, på alle niveauer, hvor der en automatisk hjælper på vej.

FREMTIDENS JOBS VIL VÆRE RELATIONELLE, IKKE-RUTINEPRÆGEDE OG KREATIVE

I Dansk Erhverv køber vi på ingen måde ind på dystopien om det jobløse samfund, hvor borgerløse er eneste levevej for en række mennesker. Vi tror på, at der vil opstå en række job i halen på de nye teknologier. Det er netop i denne slipstrøm, at vi ser de humanistiske kompetencer. De job, der bliver tilbage til os mennesker, er kendetegnet ved at være relationelle, ikke-rutineprægede og kreative.

Tag ikke fejl, vi holder ikke op med at hyle op om manglen på it-eksperter lige foreløbig. Der er stadig en stor underproduktion af de mennesker, der skal udvikle den kunstige intelligens. Men skal vi f.eks. sikre, at kunstig intelligens ikke bliver til ond intelligens, at vi stadig har et privatliv og at produkter og services forbedrer livet for os mennesker, så skal koderne skrives i samarbejde med eller af humanister med stor teknisk indsigt.

VI HAR BRUG FOR HUMANISTER, DER KAN DANNE BRO MELLEML TEKNOLOGI OG MENNESKER

Når jeg siger, at der er brug for humaniora, så er det nok til dels en ny form for humaniora. Et humaniora, der forstår og samarbejder med de tekniske kompetencer. Den teknologiske udvikling betyder ikke nødvendigvis, at vi pludselig får brug for flere kandidater i litteraturvidenskab. Den teknologiske udvikling betyder i stedet, at vi har brug for humanister, der forstår den teknologiske udvikling, der kan danne bro mellem teknologi og mennesker.

Vi tror på, at teknologierne kan skabe bedre job, danne grobund for at redde os ud af klimakrisen og sikre succes med de øvrige verdensmål. Men teknologien kan også bruges forkert. Der er f.eks. mulighed for masseovervågning, spredning af falske nyheder og meget mere.

Vi tror på, at de humanistiske uddannelser kan være med til at skabe bedre digitalisering. Vi tror på, at et stærkt samarbejde mellem teknologi og humaniora kan skabe humanister, der er efterspurgte og værdsatte i det private erhvervsliv. Humaniora er udfordret, men mulighederne er mange.

Q&A
TIL EN
STUDERENDE



JEG FORVENTER AT HUMANISTER MED EN IT-VINKEL BLIVER MERE EFTERSPURGTE I FREMTIDEN

AF MONA BJØRN

LOUISE HEDRICH HAUGAARD ER 29 ÅR OG STUDERER INFORMATIONSVIDENSKAB PÅ AALBORG UNIVERSITET. TIL SOMMER FÆRDIGGØR HUN SIN UDDANNELSE MED TITLEN CAND.IT. HVILKE DRØMME HAR HUN OM SIT ARBEJDSLIV OG HVORDAN HÅBER HUN AT KUNNE BRINGE SIN HUMANISTISKE PROFIL I SPIL?

HVILKE FORVENTNINGER HAR DU TIL DIT FØRSTE JOB?

Jeg tror og håber på, at jeg kommer til at arbejde med noget inden for mit felt. Men jeg er også indstillet på at skulle starte med et job, som ikke nødvendigvis lige er drømmejobbet i første omgang. Der er mange om budet. Jeg vil rigtig gerne starte min karriere i udlandet, gerne England eller Tyskland. Jeg prøver på at udmærke mig og på den måde øge mine chancer for et fedt første job.

HAR DU GJORT NOGET UNDER DIN STUDIETID FOR AT ØGE DINE CHANCER FOR AT KOMME HURTIGT I ARBEJDE?

Jeg har brugt meget energi på at netværke og arbejde frivilligt inden for områder relateret til mit fag. I foråret arbejdede jeg blandt andet som frivillig på en UX-konference i London og har netop været derovre igen for at hjælpe med at afvikle en it-konference for branchens førende designere fra hele verden. Jeg har skabt kontakter, jeg ellers ikke ville være kommet i nærheden af. Indtil videre har jeg fået tilbudt et betalt praktikforløb i en softwarevirksomhed i Cambridge, når jeg er færdig med min uddannelse næste sommer. Det glæder jeg mig vildt til.

HVILKEN SEKTOR VIL DU RETTE DIN JOBSØGNING MOD?

Jeg har ingen præferencer som sådan. Jeg tror dog, at det vil blive svært for mig at finde "drømmejobbet" i den offentlige sektor. Det er min opfattelse, at der ofte er langt fra tanke til handling i offentlige instanser. Dét vil jeg have meget svært med. Men jeg vil da ikke udelukke det offentlige helt. Der kunne godt ligge spændende opgaver for én med min profil f.eks. inden for digitalisering af sundhedssystemet og den offentlige sektor generelt.

HVORDAN FORHOLDER DU DIG TIL AT TEKNOLOGI SKAL LØSE VERDENS MILJØ- OG KLIMAPROBLEMER?

I og med at jeg læser en cand.it-uddannelse, så er det klart noget jeg forholder mig til og er positiv omkring. Jeg tror på, at teknologien bestemt kan bidrage positivt, men jeg er også af den opfattelse, at teknologi ikke altid er løsningen på alt. Det vigtigste er vel, at vi ændrer den måde, vi tænker og lever på - og på om det så kan hjælpes på vej af teknologien. Jeg håber på at kunne bidrage positivt til udviklingen af nye teknologier, mere brugerinddragelse og samskabelse. Om det så gælder klimaforandringer, den tredje verden eller finanskrisen, det er for mig ikke så vigtigt. Det vigtigste for mig er at kunne bidrage til at gøre en forskel.

HVILKE MULIGHEDER OG UDFORDRINGER ER DER, SET MED DINE ØJNE, FOR EN HUMANIST PÅ FREMTIDENS ARBEJDSMARKED?

Antallet af ledige humanister er bestemt noget, jeg tænker over. Det skal ikke være nogen hemmelighed, at dét faktum er en af grundene til, at jeg valgte at læse en cand.it frem for en cand.mag. Jeg forventer, at vi humanister, der har en it-vinkel i vores profil, bliver mere efterspurgt i fremtiden. Temaer som brugerinddragelse og "design thinking" vinder større og større indpas hos danske virksomheder. Det gør jo selvfølgelig én som mig fuld af forhåbning.

ALUMNE
PORTRÆT

SLIP FOR
markedsføringsfejl

- med dansk forskningsbaseret
segmenteringsmetode



**SANNE DOLLERUP:
FØRST NÅR DU FORMÅR
AT SIMPLIFICERE DIN VIDEN,
FÅR DU EN GOD KARRIERE UDEN FOR UNIVERSITETET**

AF THOMAS MØLLER CHRISTENSEN

EFTER ET PAR FRUSTRERENDE ÅR SOM SELVSTÆNDIG BESLUTTEDE SANNE DOLLERUP SIG FOR AT SKRIVE EN PH.D. OG UDVIKLE ET REDSKAB, SOM KUNNE LØSE HENDES UDFORDRINGER. DET BLEV GRUNDLAGET FOR INSTITUT FOR KUNDETYPER, HVOR HUN I DAG ARBEJDER MED AT SÆTTE RETNING PÅ ANDRE VIRKSOMHEDERS BRANDING, STRATEGI, KOMMUNIKATION OG SALG.

"Hvad skal vi med en markedsføringsstrategi?"

"Vores kunder er alle, som gerne vil handle med os."

"Jeg synes, mit røde logo er flot."

Sådan lød mange af kommentarerne fra Sanne Dollerups kunder, når hun løste kommunikationsopgaver i det reklamebureau, hun havde stiftet sammen med to medstuderende under sin kandidatuddannelse. Men som mange andre studerende mærkede hun, at der kan være langt fra teori til virkelighed.

- Jeg opdagede hurtigt to udfordringer: For det første at vores kunder ikke kunne se vigtigheden af at have en markedsføringsstrategi og for det andet, at de meget sjældent havde fastlagt en specifik målgruppe til deres produkt.

Sanne oplevede, at det var svært at argumentere, hvorfor det er vigtigt at have en strategi og målrette sin markedsføring mod én bestemt målgruppe. Derfor besluttede hun at skrive en ph.d.-afhandling, der blandt andet skulle udvikle et værktøj, som binder strategi og konkret udformning af markedsføring sammen.

Dermed var de første skridt til virksomheden Institut for Kundetyper også taget.

EMOTIONELLE KUNDETYPER® ER SYNERGIEN MELLEM TEORI OG PRAKSIS

Sanne mødte i begyndelsen af sin ph.d. Jannie Illum Gade, der har 25 års praktisk erfaring som blandt andet salgsschef og direktør. De samarbejdede om at videreudvikle redskabet ved blandt andet at studere og kategorisere 3.000 cases og sammenholde dem med Sannes teoretiske forskning. På baggrund af det uddrog de retningslinjer og skabte konkrete skabeloner for markedsføring til forskellige kundetyper.

- Vi fandt hurtigt en synergi, som var ekstrem givtig. Jannie er praktiker, der er god til at omsætte kompleksitet til enkelhed, og jeg er teoretiker, som er god til at spotte hvilke teorier, der er anvendelige for erhvervslivet.

I dag driver Sanne og Jannie sammen Institut for Kundetyper. Her består det daglige arbejde primært i at formidle viden om de fire emotionelle kundetyper, som er kernen i virksomheden. Derudover hjælper Sanne virksomheder med at identificere deres brandidentitet og fastlægge deres primære kundetyperes handlemønstre.

Intet af det havde dog været muligt uden resultaterne fra Sannes ph.d., som hun færdiggjorde i begyndelsen af 2018.

AAU ALUMNI

Bliv medlem af Aalborg Universitets alumnenetværk og vær en del af verdens største projektgruppe med alumner (dimitter) fra det samlede Aalborg Universitet. Som medlem får du eksklusive eventinvitationer, nyheder og tilbud.

Læs mere på alumni.aau.dk.

- Dén viden er hele grundlaget for metoden Emotionelle Kundetyper®. På baggrund af metoden har vi udviklet et værktøj, hvor vi på et solidt og forskningsbaseret grundlag kan rådgive virksomheder fra overordnet strategisk plan og helt ned til, at grønne farver f.eks. virker bedre end orange farver på en hjemmeside til bestemte kunder.

FRA KOMPLEKSITET TIL SIMPLICITET

Næste skridt for Sanne og Jannie er at øge viden om Emotionelle Kundetyper® i Danmark og dernæst ekspandere til udlandet.

- Vi vil gerne udbrede kendskabet til metoden Emotionelle Kundetyper®, for det er et redskab på et højt teoretisk niveau og solidt forskningsmæssigt grundlag, men udformet på en måde, så det kan anvendes i praksis.

Netop synergien mellem teori og praksis er en af hendes kæphest. For at få succes er det nemlig afgørende at kunne koble teori til praksis ved at udvikle redskaber, der kan løse de reelle problemer, som virksomheder har.

- Universitetet er et sted, der hylder og værdsætter kompleksitet, og erhvervslivet er et sted, der hylder og værdsætter simplicitet. Det betyder, at de to verdener ikke altid taler samme sprog. Derfor er det først, når du formår at simplificere din viden og koble det med et eksisterende udækket behov i markedet, at du får en god karriere uden for universitetet.



SANNE DOLLERUP

- SELVSTÆNDIG, INSTITUT FOR KUNDETYPER

TEMAHUMANIORA
TIL NUTID OG
FREMTID

TVÆRFAGLIGT SAMARBEJDE SKAL SKABE FREMTIDENS FJERNVARMESYSTEM

AF SUSANNE H. KNUDSEN

ET FREMTIDSVÆRKSTED FOR PROFESSIONELLE AKTØRER INDEN FOR ENERGIOMRÅDET HAR VIST, AT DET FØRST KRÆVER EN KOMMUNIKATIONSINDSATS, HVIS MAN PÅ TVÆRS AF FAGGRUPPER SKAL UDVIKLE OG INTEGRERE FREMTIDENS FJERNVARMESYSTEM.

At skabe og integrere fremtidens fjernvarmesystem, hvor fossile brændstoffer er erstattet med alternative energikilder, kræver ikke kun tekniske løsninger. Det kræver også nye måder at samarbejde på i energisektoren, for en grøn omstilling stiller helt nye krav til fremtidens systemer, bygninger og husholdninger.

Dette er baggrunden for et aktuelt tværvideenskabeligt forskningsprojekt, InterHUB, Intermittent energy - Integrating Households, Utilities and Buildings, på Aalborg Universitet, hvor ingeniører, kommunikationsforskere og sociologer derfor arbejder sammen om at skabe nye løsninger.

- I det nuværende fjernvarmesystem kan man relativt nemt justere varmereproduktionen, uden det bliver dyrere. Men i fremtiden skal vi vænne os til et fjernvarmesystem, hvor vi i højere grad bruger varmen, når vi har en høj produktion af vedvarende energi og undgår at bruge varme, når produktionen er lav. Det kommer til at kræve en ny indretning af vores bygninger, hvis vi som forbrugere ikke skal ændre væsentligt på vores forbrugsmønstre, siger lektor Anders Horsbøl fra Institut for Kommunikation og Psykologi, som er tilknyttet InterHUB.

OM INTERHUB

InterHUB er ét af seks tværvideenskabelige forskningsprojekter på AAU, der frem til 2021 vil give bud på, hvordan store samfundsmæssige problemer kan tackles. Projekterne understøtter AAU's mål om at fremme innovativt tværvideenskabeligt samarbejde inden for fem forskningsområder og er et led i realiseringen af AAU's strategi Viden for Verden.

Læs mere om projektet på: www.interhub.aau.dk

Forsyningsvirksomhederne kan derfor ikke bare introducere et nyt system. Et nyt system vil derimod kræve, at professionelle aktører som kommunale medarbejdere, VVS-installatører, fjernvarmeksperter mfl. arbejder sammen, forklarer Anders Horsbøl.

FREMTIDSVÆRKSTEDER VAR MED TIL AT SKABE ET FÆLLES SPROG

På den baggrund samlede AAU-forskerne sidste efterår en række professionelle aktører fra energiområdet til fremtidsværksteder i Aalborg, Sønderborg og København. Her blev de på tværs af fag sat til at identificere og udforske muligheder og udfordringer ved at integrere bygninger i fremtidens fleksible fjernvarmesystem.

- Det blev i den forbindelse tydeligt, at aktørerne talte hvert deres sprog og ikke mente det samme, når de talte om fremtidens fjernvarmesystem. Det overraskede deltagerne i fremtidsværkstederne. Samtidig gav det at møde andre perspektiver anledning til flere opdagelser for deltagerne, og mange spurgte efterfølgende: "Hvorfor har vi ikke gjort det her før"? Det var tydeligt, at der var et reelt kommunikations problem, som skulle løses, før de kunne arbejde videre med muligheder og udfordringer, fortæller professor emerita Ellen Christiansen fra Institut for Kommunikation og Psykologi, har været en drivende kraft i forhold til at designe fremtidsværkstederne.

Næste trin i projektet bliver nu at bringe forbrugerne på banen og undersøge deres praksisser og forbrugsmønstre.

- Der vil være tidspunkter på døgnet, hvor vi ikke bruger så megen energi, mens der vil være andre tidspunkter, hvor vi som forbrugere forventer, at vi ligesom i dag kan tænde for varmen eller åbne den varme hane. Adfærdsmønstrene er derfor vigtige at tage i betragtning, når fremtidens fjernvarmeløsning skal designes, siger Anders Horsbøl.





**AALBORG UNIVERSITET ØNSKER
ALLE SAMARBEJDSPARTNERE
GLÆDELIG JUL OG GODT NYTÅR**

ARRANGEMENTER

December 2019-marts 2020

AI SOM FORRETNINGSPARAMETER: FRA TEKNOLOGI TIL ETIK

Kunstig intelligens åbner op for utallige nye muligheder for virksomheder, borgere og samfund. Men hvordan udnytter man teknologien til at skabe konkurrencefordele? Og hvordan sikrer man sig, at teknologien udnyttes etisk ansvarligt? På konferencen, sættes spot på de etiske og forretningsmæssige aspekter af kunstig intelligens. De første danske virksomheder, der begyndte at anvende teknologien, deler ud af deres erfaringer og regeringens Dataetiske Råd præsenterer nyt.

Dato: 6. februar 2020

Sted: NOVI, Niels Jernes Vej 10, 9220 Aalborg

Program og tilmelding: www.businessstechevent.dk

Pris: Medlemmer af BrainsBusiness og it-forum: 495 kr + moms.

Øvrige: 995 kr + moms.

KARRIEREMESSEN 2020:

BRAND DIN VIRKSOMHED OVERFOR HØJTUDDANNEDE

På Karrieremesen gør du din virksomhed synlig for kommende medarbejdere, får besat en praktikstilling eller skabt et specialesamarbejde i din virksomhed. Du vil møde højtuddannede profiler inden for ingeniørvidenskab, it, kommunikation og økonomi og mange andre fagligheder.

Er I en mindre virksomhed med under 50 ansatte, har vi et specielt tilbud til jer. Karrieremesen i Aalborg er en del af Karrieredagene, som er Danmarks største job- og karrieremesse.

Dato: 3. marts 2020

Sted: Gigantium, Aalborg

Mere info: www.karrieredagene.dk

Køb af stand: Tinne Tranum, Aalborg Universitet, ttr@adm.aau.dk, 9940 7434