

Odense Universitetshospital – Logistikafdelingen

TEASER: Odense Universitetshospitals (OUH) Logistikafdeling er ansvarlig for at sikre den daglige forsyning til hospitalet, herunder Mad- og Måltidskøkkenet. Køkkenet leverer dagligt ca. 1500 måltider til patienter og 1000 måltider til personale og pårørende. Fokus er på høj kvalitet, bæredygtighed og præcision i produktionen, da korrekt ernæring spiller en afgørende rolle i patienternes behandlingsforløb

CASE: OUH – Logistikafdelingen ønsker at styrke rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling i Mad- og Måltidskøkkenet. Der ønskes derfor at talentgruppen udvikler en målrettet SoMe-strategi, identificerer relevante jobsøgningsplatforme, etablerer samarbejder med uddannelsesinstitutioner og analyserer arbejdsmarkedstendenser. Arbejdet skal resultere i en konkret plan, der understøtter køkkenets vision og strategiske fokusområder.

OVERVIEW

Virksomhed	Odense Universitetshospital - Logistikafdelingen
Lokation	Servicebyen 95, 5260 Odense S
Kontaktperson	Camilla Bent Frederiksen (Sektionsleder) Kia Hellegaard Andersen (Rekrutteringskonsulent)

VIRKSOMHEDSPROFIL

Mad- og Måltidskøkkenet på OUH har en central rolle i hospitalets drift og varetager produktionen af mad til både somatiske og psykiatriske patienter samt personalet og pårørende. Køkkenet producerer en bred vifte af måltider, som skal opfylde specifikke ernæringskrav og være tilpasset patienternes behov. Der er strenge krav til fødevarer sikkerhed og dokumentation, da hver ingrediens nøje registreres for at sikre korrekt håndtering af allergener og specialkost.

Køkkenet har en todelt produktionsstruktur, hvor der både leveres mad til raske og syge målgrupper. Den syge målgruppe kræver særlig opmærksomhed, da mange patienter er meget sårbare og har behov for små, præcist tilberedte portioner. Samtidig er der fokus på bæredygtighed, hvor der arbejdes systematisk med at reducere madspild og anvende økologiske, årstidsbestemte og lokale råvarer.

En væsentlig udfordring for køkkenet er rekruttering og fastholdelse af kvalificeret personale, særligt ernæringsassistenter. Manglen på faglært arbejdskraft begrænser fleksibiliteten i produktionen, da ufaglærte kun kan varetage visse dele af processen. For at imødegå denne udfordring har køkkenet for nyligt (2024) indledt samarbejder med uddannelsesinstitutioner og deltager aktivt i branchedage for at tiltrække nye talenter. Her er man i den spæde opstart, og OUH – Logistikafdelingen ønsker at få kortlagt om dette angribes korrekt, hvordan man fanger de rigtige kandidater samt hvor disse findes.

CASE BESKRIVELSE

OUH – Logistikafdelingen ønsker at styrke rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling i Mad- og Måltidskøkkenet. Målet er at tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere, især ernæringsassistenter, for at sikre en stabil og fleksibel drift. Casen indebærer at udvikle en målrettet strategi, der adresserer køkkenets nuværende og fremtidige behov gennem en systematisk tilgang til kommunikation, branding og samarbejde med eksterne aktører.

En central udfordring er at finde nye veje til at tiltrække ernæringsassistenter. Køkkenet oplever, at den traditionelle rekrutteringsindsats gennem de store jobportaler ikke er tilstrækkelig. Derfor er der behov for at undersøge og afprøve alternative metoder som f.eks. afsøgning af andre relevante portaler, målrettede kampagner på sociale medier, samarbejde med relevante uddannelsesinstitutioner og direkte outreach til potentielle kandidater.

Et vigtigt indsatsområde er at undersøge muligheden for at rekruttere medarbejdere, som har erfaring fra lignende fagområder, og som kan opkvalificeres gennem et særligt forløb. Et konkret initiativ er et 27-ugers uddannelsesprogram for ufaglærte med minimum 2 års relevant erhvervs erfaring. Dette forløb, som udbydes af Kold College og Restaurations- og Hotelskolen i Valby, giver deltagerne mulighed for at blive uddannet til ernæringsassistent. Forløbet kombinerer teori og praktisk erfaring, men stiller krav om, at deltagerne har praktisk køkkenerfaring, som kan dokumenteres.

Talentgruppen skal udvikle en målrettet SoMe-strategi, der synliggør køkkenets arbejdsopgaver og karrieremuligheder. Det er desuden at foretrække – men ikke et krav – at der laves en hertilhørende contentkalender. Der skal identificeres relevante jobsøgningsplatforme og etableres samarbejder med uddannelsesinstitutioner for at øge tilstrømningen af elever og praktikanter. Desuden skal talentgruppen analysere arbejdsmarkedstendenser for at forstå de primære barrierer for rekruttering og fastholdelse i sektoren.

Resultatet af arbejdet skal være en konkret og implementerbar plan, som OUH kan anvende til at styrke rekruttering og fastholdelse på kort og lang sigt. Planen skal tage højde for køkkenets strategiske mål, herunder bæredygtighed, kvalitetssikring og arbejdsmiljø.

Den første uge vil foregå hjemmefra, hvor en "Startpakke" med relevante materialer vil blive sendt til talentgruppen via e-mail. Camilla vil holde tre online møder med talentgruppen under den første uge, hvor spørgsmål og overlevering et. vil være muligt. Camilla inviterer desuden til fysisk "hilse-på-møde" fredag d. 25. marts i tidsrummet 12.00-13.30, hvor hun vil møde talentgruppen ved Servicebyen 95 – 5260 Odense S. Her skal talentgruppen gå til hovedindgang og ringe til Camilla på: 29 66 40 55. Talentgruppen vil her også få fremvist "Sterilcentralen", hvor man som gruppe vil skulle sidde under det fortløbende casearbejde.

Der er morgenrundstykker og frugtordning, som talenterne vil kunne benytte sig frit af, og man har sin egen madpakke med.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. FASE: ONBOARDING OG FASTLÆGGELSE AF OVERORDNEDE MÅLSÆTNINGER

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, nuværende strategi og generelt det marked og branche, de opererer i.
- 0.2. Foretag en forventningsafstemning med teamet, herunder frekvens af feedback og sparring.
- 0.3. Foretag en dybdegående introduktion til casens udfordringer og virksomhedens ønskede resultat.
- 0.4. Gennemgå casens konkrete opgaver, og kvalificer de forskellige faser, hvor I vægter og prioriterer opgaverne efter deres vigtighed.
- 0.5. Fastlæg roller og opgaver iblandt teamet, således I internt ved, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver/områder: Hvem skal fx være projektleder?
- 0.6. Overstående punkter og forventningsafstemning udfyldes i samarbejde med virksomheden i onboardingsskemaet.
- 0.7. Afstem med Camilla, hvornår I skal have jeres onlinemøder den første uge i forløbet.

1. FASE: DATAINDSAMLING OG ANALYSE

- 1.1 Gennemgå eksisterende strategier, referater, analyser og powerpoint-præsentationen, I får udleveret af Kia og Camilla via jeres "Startpakke".
- 1.2 Kortlæg de primære barrierer for rekruttering og fastholdelse i Mad- og Måltidskøkkenet:
 - 1.2.1 Hvad afholder potentielle kandidater fra at søge stillinger i køkkenet?
- 1.3 Undersøg nuværende rekrutteringskanaler og deres effektivitet:
 - 1.3.1 Hvilke platforme anvendes, og hvordan kan de optimeres?
 - 1.3.2 Er der uudnyttede kanaler, der kan tiltrække flere ansøgere?
- 1.4 Identificer målgrupper og deres motivationsfaktorer:
 - 1.4.1 Hvad motiverer kandidater til at vælge en karriere som ernæringsassistent?
 - 1.4.2 Hvordan kan OUH - Logistikafdelingen præsentere køkkenet som en attraktiv arbejdsplads?
 - 1.4.3 Kan det 27-ugers opkvalificeringsforløb bruges mere aktivt i rekruttering?
- 1.5 Analyser muligheder for at udvide samarbejdet med uddannelsesinstitutioner:
 - 1.5.1 Hvordan kan samarbejdet med skoler og institutioner styrkes?
- 1.6 Evaluer tidligere rekrutteringskampagner/initiativer:
 - 1.6.1 Hvilke kampagner/initiativer har været mest effektive, og hvorfor?
 - 1.6.2 Hvad kan forbedres i fremtidige kampagner/initiativer?
- 1.7 Identificer relevante SoMe-formater og budskaber:
 - 1.7.1 Hvilken type indhold engagerer målgruppen mest?
 - 1.7.2 Hvordan kan medarbejderhistorier bruges til at styrke rekrutteringen?
- 1.8 Kortlæg messer og arrangementer, hvor OUH kan synliggøre karrieremuligheder:
 - 1.8.1 Hvilke events er mest relevante for at nå potentielle kandidater?
 - 1.8.2 Hvordan kan OUH skille sig ud ved disse arrangementer?

2. FASE: OPSAMLING OG KRAVSSPECIFIKATION

- 2.1 Sammenfat data og indsigter fra Fase 1.
 - 2.1.1 Hvilke mønstre og tendenser fremgår af dataindsamlingen?
 - 2.1.2 Hvordan kan disse indsigter omsættes til konkrete initiativer?
- 2.2 Specificer krav til SoMe-strategien og contentkalenderen:
 - 2.2.1 Hvilke kanaler og budskaber skal prioriteres?

- 2.2.2 Hvordan måles succes på de forskellige platforme?
- 2.2.3 Udarbejd en oversigt over samarbejdsmuligheder: Hvilke uddannelsesinstitutioner og eksterne partnere skal involveres?
- 2.2.4 Hvordan struktureres et langsigtet samarbejde effektivt?
- 2.3 Definer KPI'er og milepæle for implementeringen:
 - 2.3.1 Hvilke indikatorer måler fremdrift og succes?
 - 2.3.2 Hvordan sikres løbende evaluering og justering?

3. FASE: AFDÆKNING AF MARKEDET

- 3.1 Kortlæg relevante jobsøgningsplatforme og netværk:
 - 3.1.1 Hvilke platforme er mest effektive til at nå målgruppen?
 - 3.1.2 Hvordan kan OUH differentiere sig på disse platforme?
- 3.2 Analyser konkurrenters kommunikation:
 - 3.2.1 Hvordan positionerer lignende organisationer sig?
 - 3.2.2 Hvilke budskaber kan OUH anvende for at skille sig ud?
- 3.3 Hvis tiden er til det: Udvikl en detaljeret contentkalender:
 - 3.3.1 Hvordan struktureres indholdet over tid?
 - 3.3.2 Hvilke temaer og budskaber skal prioriteres?

4. FASE: IMPLIMENTERING OG FORANKRING

- 4.1 Udarbejd en konkret handlingsplan.
 - 4.1.1 Hvordan omsættes strategien til operationelle opgaver?
 - 4.1.2 Hvem har ansvaret for implementeringen?
- 4.2 Gennemfør og evaluér pilotinitiativer.
 - 4.2.1 Hvordan testes strategiens elementer i praksis?
 - 4.2.2 Hvordan evalueres effekten af de første tiltag?
- 4.3 Fastlæg en plan for løbende opfølgning.
 - 4.3.1 Hvordan sikres vedvarende rekrutterings- og fastholdelsesindsatser?
 - 4.3.2 Hvordan integreres feedback i fremtidige strategier?

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

- ✓ **SoMe-strategi og jobsøgningsplatforme:** Udvikling af en målrettet SoMe-strategi og identifikation af de mest relevante platforme til rekruttering af køkkenpersonale (en contentkalender er et *nice to have*, men ikke et krav).
- ✓ **Samarbejde med uddannelsesinstitutioner:** Etablering af relationer til skoler og universiteter for at tiltrække og fastholde talenter – herunder en afklaring af relevante tidspunkter for kontakt med nyuddannede og elever i 9.-10. klasse.
- ✓ **Handlingsplan og opfølgning:** Udarbejdelse af en konkret implementeringsplan med tidslinjer, ansvarsfordeling og måling af succeskriterier.

RELEVANTE KOMPETENCER

Herunder er listet relevante fagligheder, men er du nysgerrig, initiativrig og brænder for at hjælpe OUH – Logistikafdelingen med denne case, er du mere end velkommen:

- **Kommunikation og SoMe-talenter:** Uddannelse i kommunikation, medievidenskab, marketing eller digital kommunikation, brænder for formidling etc.

- **HR- og organisationsudviklingstalenter:** Uddannelse i HR, erhvervsøkonomi med HR-specialisering eller sociologi etc.
- **Organisations- og offentlig forvaltningstalenter:** Uddannelse i statskundskab, offentlig administration, sociologi eller samfundsvidenskab etc.
- **Markedsanalyse- og datatalenter:** Uddannelse i marketing, business intelligence eller samfundsvidenskabelige analyser etc.
- **Samarbejds- og netværkstalenter:** Uddannelse i pædagogik, uddannelsesvidenskab eller kommunikation etc.
- **Projektledelsestalenter:** Uddannelse i innovation, projektledelse eller management, eller hvis man har en projektleder gemt i maven.

TALENTPROFIL

Som talent på denne case får du mulighed for at spille en central rolle i at udvikle strategier, der direkte påvirker rekruttering, fastholdelse og kompetenceudvikling i en af Danmarks største hospitaler. Gennem dette arbejde får du som talent mulighed for at bidrage til en organisations tilgang til at tiltrække kvalificerede medarbejdere, især i en udfordrende sektor, hvor kompetente ernæringsassistenter er afgørende for hospitalets drift.

Du vil få hands-on erfaring med at udvikle målrettede SoMe-strategier og rekrutteringskanaler, samt skabe samarbejder med uddannelsesinstitutioner for at sikre en stabil tilstrømning af kandidater. Denne case giver dig en unik chance for at arbejde med både strategiske og operationelle løsninger, der har en direkte indvirkning på arbejdspladsens succes og trivsel.

Samtidig får du muligheden for at bidrage til bæredygtige initiativer, der har betydning for både medarbejdere og patienter. Ved at arbejde på tværs af flere discipliner – kommunikation, HR og markedsanalyse – får du en omfattende erfaring, der vil styrke dine kompetencer og give dig værktøjer til at tackle reelle udfordringer i en offentlig organisation. Dette er en fantastisk mulighed for at gøre en konkret forskel og udvikle dig i en dynamisk og samfundsrelevant kontekst.