

Stödmottagare	Handelskammaren Mälardalen
Projektnamn	Yrkeshögskolesamverkan i Örebro län
Projektperiod	2023-01-31 -2025-12-31
Dnr	22RS10145

Uppföljning av projekt målet, se beslut (i möjligaste mån konsupplade):

Projektet ska etablera ett partnerskap för samverkan kring YH-utbildningar som inte finns för närvarande.

På lång sikt ska projektet leda till ökad kunskap och ökat engagemang för Yrkeshögskolan som utbildningsform och som ett strategiskt verktyg i kompetensförsörjningen. Utbildningar som svarar mot arbetsgivares behov av kompetens kommer att genomföras med högt deltagande av både män och kvinnor.

Indikatorer	Utgångsläge	Utfall

Övergripande beskrivning av projektets aktiviteter kopplat mot delmålen (ej dagboksanteckningar).

Delmål 1: Samverkansforumet är etablerat med en långsiktig samfinansiering av främjare och utbildningsanordnare.

Samverkansforumet har haft som mål att samla tillräckligt många kommuner i länet i en gemensam finansiering för att möjliggöra ett långsiktigt och hållbart samverkansforum, i kombination med medfinansiering från samtliga tio utbildningsanordnare i det befintliga nätverket. Under hela projektperioden har ett strategiskt arbete bedrivits för att stärka yrkeshögskolefrågan regionalt gentemot arbetsgivare genom nätverksträffar, riktade YH-aktiviteter i respektive kommun samt deltagande vid näringslivsfrukostar och andra etablerade forum. Under 2025 intensifierades detta arbete ytterligare genom enskilda dialogmöten med kommunerna.

Under hösten 2025 stod det klart att ett antal kommuner valt att bidra med ekonomiska medel för att möjliggöra ett gemensamt samverkansforum. Även samtidigt tio YH-anordnare i nätverket har uttryckt en fortsatt vilja att medfinansiera och delta i det långsiktiga arbetet kring att stärka yrkeshögskolans roll i Örebroregionen. Trots detta samlade engagemang uppnåddes inte den totala ekonomiska nivån som krävdes för att etablera ett långsiktigt samverkansforum i den omfattning som ursprungligen planerats.

En gemensam lärdom under projektets gång är att företagen, som utgör den primära målgruppen för syftet av en YH-samverkan, ofta har begränsad tid att medverka på de aktiviteter vi arrangerar (utvecklas vidare under delmål 3). Detta har bland annat visat sig genom att deltagandet i aktiviteter inte prioriterats av företagen och deltagarantalet har varit lågt.

Detta har bidragit till en samsyn kring behovet av att vidareutveckla arbetssätt, former och prioriteringar för att säkerställa att insatserna får maximal effekt. Mot denna bakgrund har projektets parter gemensamt valt att ta ett strategiskt omtag. Under 2026 kommer därför inget samverkansforum att drivas i nuvarande form. I stället är målsättningen att under denna period vidareutveckla ett mer träffsäkert, behovsstyrt och resurseffektivt arbetssätt, med ambitionen att under 2027 återuppta dialogen med kommunerna kring etablerandet av ett samverkansforum i en form som bättre möter arbetsgivarnas behov.

Under mars 2026 planeras två aktiviteter att genomföras: en SYV-träff 11 mars samt YH-mässan 17 mars. Dessa aktiviteter genomförs enligt plan, men med en justerad finansieringsmodell där utbildningsanordnarna bland annat finansierar sina utställarplatser till mässan för att säkerställa att aktiviteterna är ekonomiskt genomförbara.

Delmål 2: Relevanta YH-utbildningar med hög fyllnadsgrad och jämnare könsfördelning genomförs.

Projektet har arbetat både brett och långsiktigt för att stärka attraktiviteten, relevansen och fyllnadsgraden i yrkeshögskoleutbildningar. En central och återkommande aktivitet inom ramen för detta arbete har varit Yrkeshögskolemässan, som genomfördes under projektets år 2 och 3. Mässan har successivt utvecklats till en central mötesplats där studerande ges möjlighet att möta utbildningsanordnare och arbetsgivare. De studerande får inspiration och kännedom om både bransch, utbildningar och YH som utbildningsform. Med ett besöksantal om cirka 400–500 besökare per tillfälle/år och mycket positiv respons från samtliga målgrupper har mässan i hög grad bidragit till ökad synlighet för yrkeshögskoleutbildningarna samt till en fördjupad förståelse för deras möjligheter och tydliga koppling till arbetsmarknadens behov. Mässan har varit öppen för en bred målgrupp och riktat sig till bland annat gymnasieelever, arbetssökande, personer i yrkesväxling samt andra individer med intresse för vidare studier och kompetensutveckling.

Under projektets första år genomfördes ingen mäsas utan ett digitalt YH-släpp riktat till studie- och yrkesvägledare (SYV), Arbetsförmedlingen, aktörer inom Rusta och Matcha samt andra relevanta samverkansparter. Syftet var att tidigt sprida information om aktuella och kommande YH-utbildningar samt att stärka målgruppernas kunskap och förutsättningar att vägleda individer mot yrkeshögskolan som utbildningsform. Detta övergick sedan till att bli en fysisk mäsas som blev ett lyckat koncept.

Genom branschträffarna har projektet haft som mål att fördjupa och stärka kontakterna mellan arbetslivet och utbildningsanordnare. Dessa träffar har fungerat som forum för dialog kring kompetensbehov, branschernas kompetensbehov och hur YH som utbildningsform kan vara en del av lösningen. På sikt har ambitionen varit att dessa möten ska bidra till mer träffsäkra och efterfrågade utbildningsansökningar som bättre matchar arbetsgivarnas behov samt ett tydligare engagemang från företagen i utbildningarna, i alltifrån LIA till ledningsgrupp. Samtidigt har projektet varit medvetet om att det i slutändan är kvaliteten på utbildningsansökningarna samt Myndighetens för yrkeshögskolans budget och beslut som avgör vilka utbildningar som beviljas och får starta.

Jämställdhetsperspektivet har varit integrerat i samtliga delar av projektets genomförande. Detta har bland annat skett genom medvetna val av talare och yrkesrepresentanter, inkluderande och normmedveten marknadsföring samt

genom presentation och analys av könsuppdelad statistik. Vid event, mässor och kommunikationsinsatser har projektet konsekvent strävat efter att lyfta yrkesrepresentanter från det underrepresenterade könet inom respektive utbildning eller bransch, i syfte att skapa förebilder, inspiration och bidra till en mer jämn könsfördelning inom YH-utbildningarna över tid.

Under projektets gång har även marknadsföringsfilmer tagits fram i syfte att inspirera, synliggöra yrkeshögskolan och bidra till ökat intresse. Förhoppningen är att filmerna ska nå fler målgrupper, stärka bilden av YH och på sikt bidra till högre söktryck och bättre fyllnadsgrad på utbildningarna.

Projektet har inte haft möjlighet att kvantitativt mäta förändringar i fyllnadsgrad eller i vilka utbildningar som beviljats och genomförts under projekttiden, då projektet varken råder över kvaliteten i utbildningsanordnarnas ansökningar eller Myndigheten för yrkeshögskolans budget, prioriteringar och beslut. Projektets insatser har därför haft fokus på att stärka förutsättningarna för relevanta och efterfrågade YH-utbildningar & ökad fyllnadsgrad, genom ökad synlighet, förbättrad samverkan mellan arbetsliv och utbildningsanordnare samt ett integrerat jämställdhetsperspektiv.

Delmål 3: Arbetsgivare har fått ökade kunskaper och har ett ökat engagemang inom YH.

Arbetsgivare har under projektets gång fått ökade kunskaper om yrkeshögskolan som utbildningsform och visat ett större engagemang i YH-frågor. Detta har skett genom riktade insatser såsom företagsbesök, branschdialoger och behovsstyrd kommunikation kopplad till konkreta kompetensutmaningar.

Företag som själva haft erfarenhet av bra kompetensförsörjning genom YH har fungerat som viktiga ambassadörer. Dessa har lyfts fram i bland annat marknadsföringsfilmer och vid branschträffar, vilket bidragit till ökad trovärdighet och igenkänning hos andra arbetsgivare.

Projektet har även arbetat aktivt för att sänka trösklarna för samverkan mellan arbetsgivare och utbildningsanordnare genom att ta fram konkreta och lättillgängliga verktyg. Exempel på detta är sammanställningar över LIA-perioder, kontaktpersoner till utbildningarna samt beviljade och aktuella YH-utbildningar i länet. Materialet har publicerats på Handelskammarens webbplats och spridits via nyhetsbrev till organisationens cirka 780 medlemsföretag.

Inom ramen för projektet har två branschträffar genomförts, en med fokus på industribranschen och en på logistikbranschen. Syftet var att samla arbetsgivare och yrkeshögskoleanordnare för att identifiera kompetensbehov och skapa underlag för utbildningar som bättre matchar arbetsmarknadens efterfrågan. En tredje planerad branschträff för industrin ställdes in (se avsnitt om avvikelser).

I dialog med företagen framkommer samtidigt att många har begränsade möjligheter att avsätta tid för deltagande i riktade YH-aktiviteter. Flera företag har i dag omfattande kompetensutmaningar där YH bedöms kunna vara en lämplig lösning, men saknar – av organisatoriska skäl – möjlighet att engagera sig strategiskt i frågan.

Många upplever svårigheter att prioritera tiden, att avgöra vilken funktion inom organisationen som är mest lämpad att delta i träffarna (exempelvis HR, avdelningschef eller annan roll), samt att därefter omsätta YH i den interna verksamheten. Detta gäller hela processen – från arbete med LIA och deltagande i ledningsgrupper till medverkan i ansökan av utbildningar.

Delmål 4: Fler strategiska forum och kanaler i länet kommunicerar YH-frågor.

Projektet har medvetet valt att försöka verka inom redan etablerade strukturer och forum snarare än att skapa nya parallella arenor. YH-frågor har därför integrerats och kommunicerats i regionala, kommunala och branschspecifika sammanhang såsom rektorsforum, SYV-träffar, kommunala näringslivsnätverk, Mälardalsrådet, Railcenter och Järnvägsscollege.

Projektet har även prioriterat samverkan med aktörer som IUC Industrihubb, Teknikcollege samt deltagit i befintliga forum såsom Business Regions logistikforum. Genom detta har YH kunnat lyftas i sammanhang där arbetsgivare redan befinner sig, vilket visat sig mer effektivt än att bjuda in till nya, fristående mötesplatser. Även för att måna om arbetsgivarnas tid eftersom vi märkt att nya forum är svåra att få prioriterade av företagen.

En ytterligare effekt av detta arbetssätt är att kunskap och medvetenhet om YH har förankrats hos de aktörer som driver och ansvarar för dessa forum. Förhoppningen är därför att dialogen om YH kan fortsätta även efter projektets avslut, genom att exempelvis ansvariga för respektive forum själva lyfter YH-frågan i sina framtida aktiviteter och möten.

Under projektets gång har vi också kunnat notera att allt fler företag i länet börjar diskutera YH på ett mer strategiskt sätt, exempelvis kopplat till långsiktig kompetensplanering och samverkan med utbildningsanordnare.

Uppföljning av projektets delmål (i möjligaste mån könsuppdelade)			
Delmål	Indikatorer	Utgångsläge	Utfall
Samverkansforumet är etablerat med en långsiktig samfinansiering av främjare och utbildningsanordnare.	-YH-utbildningsanordnare i länet efterfrågar aktiviteter och bidrar till projektfinansiering under år 2. -Fler kommuner i länet visar intresse och bidrar till projektfinansiering år 3	-Samverkan mellan kommuner och YH-anordnare skedde i huvudsak projekt- eller aktivitetsbaserat -Ingen gemensam långsiktig finansieringsmodell för YH-samverkan fanns etablerad -Begränsad samordning mellan kommuner kring YH-frågor	-Samtliga tio YH-anordnare i nätverket har bidragit till projektets finansiering och uttryckt vilja till fortsatt samverkan. -Ett antal kommuner har visat intresse att bidra ekonomiskt till en gemensam samverkansform. -Full samfinansiering för ett långsiktigt samverkansforum uppnåddes dock inte under projektperioden
Relevanta YH-utbildningar med hög fyllnadsgrad och jämnare könsfördelning genomförs	-YH-utbildningar inom efterfrågade områden söks/beviljas. -Potentiella studerande tar del av information om kommande utbildningar i olika forum. -För utbildningar inom branscher med sned könsfördelning ser vi ett ökat intresse från de underrepresenterade könet.	-Begränsad gemensam synlighet för YH-utbildningar i länet -Ojämn könsfördelning inom flera utbildningar och branscher -Få samordnade informationsinsatser riktade till potentiella studerande	-YH-mässor och riktade informationsinsatser har genomförts med fokus på efterfrågade utbildningar. -Potentiella studerande har nåtts via mässor, digitala forum och samverkan med SYV och andra aktörer. -Jämställdhetsperspektivet har integrerats i kommunikation och aktiviteter, med särskilt fokus på att lyfta förebilder från underrepresenterat kön.
Arbetsgivare har fått ökade kunskaper och har ett ökat engagemang inom YH	Deltagande vid branschseminarier mm. Fler LIA-platser erbjuds	-Varierande kunskap om YH som utbildningsform bland arbetsgivare -Begränsad struktur för dialog och samverkan kring LIA och kompetensbehov	-Arbetsgivare har nåtts genom branschträffar, företagsdialoger och riktad kommunikation. Genom detta har kunskapen om YH och möjligheterna till samverkan ökat. -Sammanställningar över LIA-perioder och kontaktvägar har tagits fram och spridits till arbetsgivare.
Fler strategiska forum och kanaler i länet kommunicerar YH-frågor	Möjligheter för projektet att medverka med information om YH. Spridning via sociala medier. Medverkan vid träffar med befintliga regionala nätverk.	-YH-frågor kommunicerades i begränsad utsträckning i strategiska och regionala forum -Spridning skedde främst genom enskilda aktörer och utan samordning	-YH-frågor har lyfts i ett flertal regionala och branschspecifika forum samt via digitala kanaler -Projektet har medverkat i befintliga nätverk och sammanhang där arbetsgivare, kommuner och utbildningsaktörer redan varit representerade. - Projektet har skapat fler tillfällen där YH-frågor kunnat kommuniceras i befintliga forum, nätverk och sammanhang på regional och lokal nivå. -YH mässan har skapat som en återkommande aktivitet.

Beskriv hur projektet arbetar med hållbarhetsaspekterna i genomförandet.

Jämställdhet:

Projektet har konsekvent integrerat jämställdhetsperspektivet i både planering och genomförande av aktiviteter. Förebilder från underrepresenterade kön har medvetet lyfts i kommunikationsinsatser, vid event och i möten med arbetsgivare. Könsupplad statistik har presenterats och diskuterats i relevanta sammanhang, bland annat i dialoger om utbildningsutbud och rekryteringsbehov. Arbetsgivare har även involverats i samtal kring hur yrkeshögskolan kan bidra till en mer jämställd kompetensförsörjning på både kort och lång sikt.

Integration:

Projektet har arbetat inkluderande genom bred och målgruppsanpassad marknadsföring samt genom att säkerställa att information om yrkeshögskolan varit lättillgänglig och begriplig. Vid större aktiviteter har teckenspråkstolk använts, och särskild vikt har lagts vid att informera om möjligheten till reell kompetens, validering och alternativa vägar in i utbildning. Detta har syftat till att sänka trösklarna till YH för personer med olika bakgrund och erfarenheter.

Ekologisk hållbarhet:

Projektets aktiviteter har i möjligaste mån genomförts inom befintliga forum och i centralt belägna lokaler med god tillgång till kollektivtrafik. Digitala mötesformer har använts där det varit möjligt, och samåkning har uppmuntrats i samband med fysiska träffar. Genom dessa val har projektet strävat efter att minska resande och därmed den totala miljöpåverkan från genomförandet.

Hur har projektet utvecklats jämfört med uppgjord plan (eventuella avvikelser utifrån budget, aktiviteter, syfte och mål)?

Projektet har i huvudsak utvecklats enligt uppgjord plan. Under genomförandet har arbetssättet successivt fördjupats och förfinats utifrån erfarenheter och lärdomar som framkommit.

Den största avvikelsen från ursprunglig planering är att full samfinansiering av ett långsiktigt samverkansforum inte uppnåtts. Trots ett omfattande dialogarbete och ett uttalat engagemang från flera kommuner och utbildningsanordnare nåddes inte den ekonomiska nivå som krävdes för att etablera forumet i den omfattning som initialt planerats.

Vi ser också att det är svårare än vi ursprungligen bedömde att samla företag till separata träffar med fokus på YH-frågor. Detta har inneburit att vissa planerade aktiviteter behövt justeras. Under hösten 2025 planerades exempelvis en branschträff för industriföretag i samverkan med IUC och Teknikcollege. Utfallet i antal deltagande företag blev dock lägre än förväntat trots förflyttat datum och intensifierad kommunikation, varpå träffen ställdes in.

Erfarenheterna från detta bekräftar vikten av att i högre grad samverka med redan etablerade forum i kompetensförsörjningsfrågor, där företagen har bättre förutsättningar att delta.

Eventuella sidoeffekter:

Projektet har bidragit till ökad samverkan även utanför YH-frågan, stärkt relationer mellan regionala aktörer samt ökat medvetenheten om kompetensförsörjning som ett gemensamt ansvar.

Vad händer efter projektperioden? Hur ska projektets resultat implementeras i ordinarie verksamhet? Hur ska verksamheten drivas vidare och finansieras?

Eftersom den ekonomiska målsättningen för att etablera ett långsiktigt samverkansforum inte uppnåddes pausas YHM-arbetet i sin nuvarande form under 2026. Samtidigt har projektet genererat viktiga lärdomar samt etablerat strukturer, samverkansrelationer och utvecklade arbetssätt som lever vidare även efter projektperiodens slut och som fortsatt kan användas i det framtida arbetet med yrkeshögskolefrågor.

Handelskammaren, tillsammans med projektets styrgrupp, fortsätter under 2026 dialogen kring hur arbetet med yrkeshögskolan kan vidareutvecklas, omformas och anpassas för att bli mer ändamålsenligt och resurseffektivt. Ambitionen är att under 2027 kunna återuppta YHM-arbetet & ett samverkansforum i en reviderad form som bättre möter arbetsgivarnas behov och förutsättningar samt skapar tydligare nytta för samtliga involverade aktörer.

Yrkeshögskolemässan samt SYV-träffen bedöms dock ha ett högt värde för målgrupperna att de planeras att genomföras även efter projektets avslut & under pausåret 2026. Dessa aktiviteter kommer att genomföras i anpassad form och med justerade finansieringslösningar.

Hur har projektet följts upp?

Projektet har följts upp genom regelbundna styrgruppsmöten, arbetsgruppsmöten och löpande lägesrapporter. Därutöver har uppföljning skett genom enkäter samt avslutande utvärderingar med utbildningsanordnare, styrgrupp och arbetsgrupp. Uppföljningen har använts både för kvalitetssäkring av genomförandet och som underlag för justeringar under projektets gång.

Hur har projektets resultat spridits? Hur tas lärdomar och erfarenheter tillvara (framgångsfaktorer, hinder)?

Projektets resultat har löpande spridits genom presentationer, nyhetsbrev, sociala medier, webbplats, mässor och deltagande i olika forum. Arbetsgivare och utbildningsanordnare har också fungerat som ambassadörer genom att dela erfarenheter och exempel på samverkan.

En viktig framgångsfaktor har varit projektets arbetsgrupp, bestående av representanter från projektledningen, Örebro kommun och Region Örebro. Arbetsgruppen har bidragit med värdefulla kontakter, erfarenhet och insikter, samt gett vägledning kring projektets aktiviteter. Gruppen har dessutom stått för ett viktigt operativt stöd, vilket har möjliggjort genomförandet av aktiviteter såsom mässor och branschträffar. Styrgruppen, med ytterligare representanter från kommun, region och Handelskammaren Mälardalen, har också varit betydelsefull och bidragit med erfarenhet och strategiska perspektiv, vilket gett projektet stöd i utveckling av arbetssätt och prioriteringar.

Lärdomar och erfarenheter från projektet tas tillvara i det fortsatta arbetet genom reflektion i styrgrupp och hos projektägaren, och utgör ett viktigt underlag för framtida beslut om arbetssätt, prioriteringar och former för samverkan.

Hur har det framgått att Region Örebro län medfinansierat projektet? (bifoga broschyrer, fotografier, tidningsurklipp etc.)

Region Örebro läns medfinansiering har tydligt framgått i presentationer, marknadsmaterial, på webbplats, i sociala medier, vid mässor och vid muntliga presentationer.

Ex:

- Regionens logotyp har funnits med i presentationer, marknadsföringsmaterial, inbjudningar och publicerat material.
- Regionens roll och medfinansiering har lyfts muntligt vid möten, forum och event.
- Material såsom badges, flyers, nyckelband och övrigt marknadsföringsmaterial har inkluderat regionens logotyp.
- Regionen har taggats och synliggjorts i digitala kanaler såsom LinkedIn och på projektets webbplats.

Underskrift

Information om publicering av personuppgifter: Region Örebro län har rätt att sprida information om projektet, dess organisation inklusive projektledarens kontaktuppgifter, genomförande och resultat. Personuppgifter behandlas för det ändamål som ansökan avser. Uppgifterna skyddas enligt bestämmelser i offentlighets- och sekretesslagen samt den Europeiska dataskyddsförordningen (GDPR).

Datum 2026-01-28	Behörig att företräda den sökande organisationen	Namnförtydligande Oskar Axelsson
---------------------	--	-------------------------------------

