

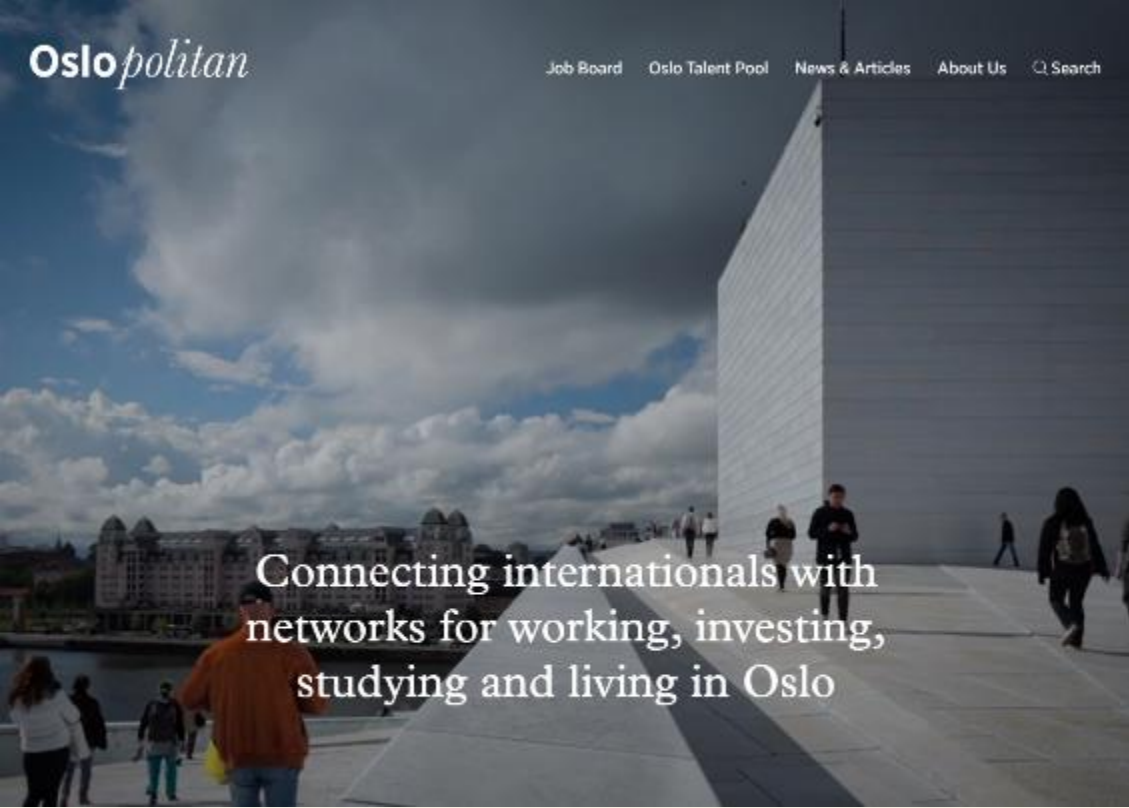


Dato: 1/14/2022

Internasjonal profilering av Osloregionen

2021 og 2022

Mari Strømsvåg



Connecting internationals with
networks for working, investing,
studying and living in Oslo

Januar 2021

Lanserte Oslopolitan.no – nettside for internasjonale som ønsker å studere, jobbe, leve eller investere i regionen.

20 000 brukere det første året, lanseringsside for kampanjer og Osloregionen jobber med kontinuerlig utvikling av siden og tilknyttet SoMe kanaler



Januar-mars 2021

Samarbeidet med Oslo Business Region om lansering av «Let's Go, Oslo» kampanje som fremmevet startup, co-working og klynge mulighetene i regionen.



The Oslo Region Brand Management Strategy

Building the Oslo brand is key to growing a resilient and more sustainable economy for the region and Norway as a whole. The brand represents our shared values and identity. It helps our businesses and organizations attract and retain investment, cultivate a skilled workforce and stimulate the visitor economy. All these are vital for generating value now and over the long term. This guide is designed to help individuals and organizations integrate the Oslo brand into projects and initiatives for the common good.



Mars 2021

Re-lanserte Oslo Region Brand Management Strategy i ny innpakning sammen med OBR.

Fokus på brukervennlighet av strategien og hvordan næringslivet, organisasjoner, bedrifter, universiteter og høyskoler og andre lett kan ta det i bruk.

2021 ble vårt «ReSTART Osloregionen» år

Fokus på **talent og investeringer**

Behovene til næringslivet ble satt i fokus

Knytte nye kontakter og skape nettverk rundt Osloregionen og profileringen

Talentrekruttering

- Oslo International Career Fair
- IT rekrutteringskampanje Software Engineer + DevOps Engineer

Investorkampanjer

- Investeringsmuligheter i Osloregionen
- Invest in Health
- Invest in Fashion & Design

Kampanje: Oslo International Career Fair

Behov:

- Bedrifter i Osloregionen og andre steder har udekket kompetanse behov
- Ikke alle bedrifter har erfaring med å rekruttere internasjonalt, eller har ikke nettverket/midler

Mulighet:

- Arrangerte digital karrieredag i forbindelse med Oslo Innovation Week
- Digital karrieredag gir muligheter til internasjonale som ikke er i Norge til å snakke direkte med bedrifter.
- Stedsmarkedsføring



Foto: OBR/Gorm K. Gaare

Resultat:

- 15 bedrifter fra regionen
- 300+ deltagere fra hele verden
- Positive tilbakemeldinger om Oslo som sted å jobbe og deltagere synes det fortsatt er aktuelt å finne jobb i regionen

Kampanje: Software engineers + DevOps Engineers

Behov:

- Bedrifter i Osloregionen og andre steder har udekket tech kompetanse behov
- Spesielt knyttet til software engineer + DevOps Engineers (+/- 700 udekket stillinger på Finn.no høsten 2021)

Mulighet:

- Lære av København og andre hovedstedsregioner og bygge en «Talent Pool»
- Lage pilot kampanje for konkrete
- Felles samarbeidsprosjekt ved å gjennomføre stedsmarkedsføring og company branding
- 20 bedrifter + 3 rekrutteringsbyråer

Status:

- 300 kandidater
- 200 evaluert av rekrutteringsbyrå
- 117 sendt videre til bedrifter
- Undersøkelse så langt: 13 bedrifter
- 21 intervjuer
- Estimert 4 ansettelser
- Videre oppfølging av rekrutteringsbyrå som har tilgang til hele databasen.



Bilde: Osloregionen

Kampanje: Invester i Oslo

Behov:

- Eksportunderskuddet i Norge og behovet for å diversifisere vekk fra olje og gass gjør det nødvendig for andre næringer
- Likevel er utenlandsk investeringer (FDI) til næringslivet i Norge lavere enn i Sverige og Danmark

Mulighet:

- Skape oppmerksomhet Oslo
- Skape interesse for næringer i Oslo regionen
- Det har blitt økt interesse for investeringsmuligheter i Osloregionen den siste tiden, bla. annet fem enhjørningsbedrifter* på kort tid
(*startups med markedsverdi til 1 mrd USD)

Status:

- Ferdigstilles nå, annonsering i Q1
- Klynger og miljøer som vises frem:
 - AI Klyngen
 - Norwegian Health Investment Network
 - Energy Valley
 - NORSAR CO2 samling



Kilde: Osloregionen

Osloregionen

Kampanje: Health Investment Network

Behov:

- Med økt interesse for investeringsmuligheter i ESG vennlige sektorer (Environmental, social and corporate governance), samt helserelaterte selskaper i lys pandemien, og et skift fra investeringer fra olje/gass
- Investeringer i med-tech/health-tech er ofte mer komplisert og langsiktig enn andre sektorer, som “skremmer” mulige investorer og det trengs informasjon om pro/con for investering + bryte ned barrierene

Mulighet:

- Samarbeid med Norwegian Health Investment Network, tilknyttet Norway Health Tech (og andre)
- Nettside og brosjyre om investeringsmulighetene i med-tech/health-tech i regionen + Norge
- Nettverket, klynger, bedrifter vil kunne bruke guiden, og tilgjengelig for alle å bruke.

Status:

- Produksjon har startet og lansering er estimert til februar 2022



Skisser: Los&Co

Kampanje: Norwegian Fashion

Behov:

- Norsk motebransje utvikles og modnes raskt, men er ikke profesjonalisert for kapitalinnhenting
- Kunnskapen om norsk mote blant investorer blandes ofte med andre skandinaviske land – Scandi-cool

Muligheter:

- Mulighet sammen med Norwegian Fashion Hub, Oslo Runway og NF&TA
- Profesjonalisering av bransjen (Startup Norway kapitalinnhentingsprogram)
- Markedsføringskampanje om norsk moteindustri i USA, økte muligheter der borte med hjelp fra utenriksstasjonene.

Status:

- Prosjekt skal begynne produksjon i februar med utvalgte caser fra Oslo, og med utrulling sent Q1/tidlig Q2 2022



Skisser: Los&Co

2022 prosjekter

- Gjennomføre og avslutte tre investeringskampanjer
- Planlegge flere rekrutteringskampanjer i samråd med næringslivet
- Jobbe med å videreutvikle Oslopolitan.no
- Fortsette arbeidet med byråkratiske hindre
- Støtte opp om andre profileringskampanjer i samråd med partnere

www.osloregionen.no