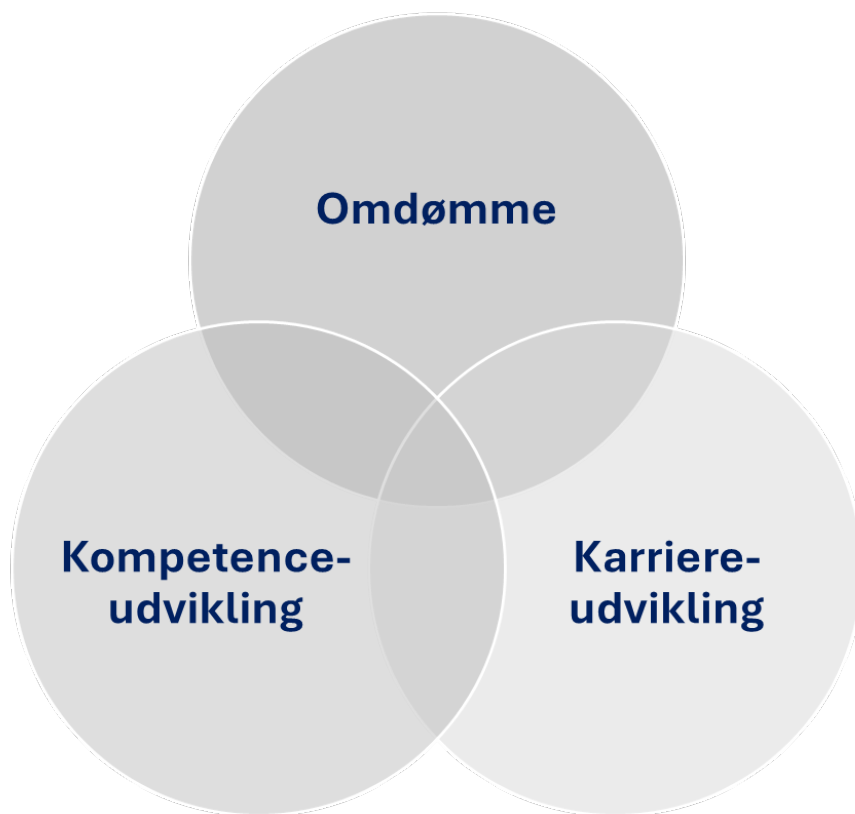




Omdømmeledelse og tiltrækning

STRATEGISK HRM: ATTRAKTIVE ARBEJDSPLADSER OG ARBEJDSLIV

Søren Ipsen | Master of Public Governance

Aalborg Universitet | Maj 2026

Indhold

1.	Indledning	2
1.1.	Tiltrækning.....	2
1.2.	Problemformulering	2
2.	Helhedsmodellen	3
2.1.	Afgrænsning	3
2.2.	Zoom ind	3
3.	Omdømme	4
3.1.	Grundfortælling	4
3.2.	Employer branding	6
3.3.	Storytelling	6
4.	Kompetenceudviklingsmuligheder	7
4.1.	70-20-10.....	7
4.2.	Læringskultur	8
5.	Karriereudviklingsmuligheder.....	9
5.1.	Karrieremodellen	10
5.2.	Karrierevejsmodellen	10
6.	Opsamling	11
7.	Referencer.....	12
8.	Bilag	13

1. Indledning

Beredskab Fyn er et fælleskommunalt redningsberedskab, der redder liv og skaber tryghed med et robust beredskab i Assens, Faaborg-Midtfyn, Kerteminde, Langeland, Nordfyns, Nyborg, Odense, Svendborg og Ærø kommuner (Beredskab Fyn, 2026).

Beredskab Fyn er Danmarks 3. største fælleskommunale redningsberedskab og servicerer 469.000 indbyggere. I Beredskab Fyn arbejder vi med en involverende strategiproces, som skal tydeliggøre retningen for organisationens udvikling.



1.1. Tiltrækning

I lighed med andre organisationer oplever Beredskab Fyn en personaleomsætning, og der er derfor fra tid til anden behov for at tiltrække nye medarbejdere. I Beredskab Fyn findes flere personalegrupper (fuldtidsansatte, brandfolk på tilkald, honorarlønnede med fast tilknytning, timelønnede med løs tilknytning og frivillige uden ansættelsesforhold). I det følgende fokuseres på fuldtidsansatte brandfolk i den såkaldte døgnstyrke, dvs. beredskabsassistenter og beredskabsmestre.

Det skyldes to forhold. For det første er det erfaringen, at forskellige personalegrupper i en HRM-sammenhæng skal behandles differentieret i relation til fx motivation og ansættelsesvilkår. For det andet pågår der en aktuel drøftelse i organisationens MED-udvalg (samarbejdsudvalg) af, hvordan Beredskab Fyn også i fremtiden skal lykkes med at tiltrække relevante nye medarbejdere til døgnstyrken. Baggrunden for denne drøftelse er en markant udskiftning af medarbejderstaben inden for døgnstyrken i løbet af få måneder.

1.2. Problemformulering

Med udgangspunkt i ovenstående er det formålet med denne opgave på modulet "Strategisk HRM" at give svar på, hvordan organisationen geares til at arbejde strategisk med tiltrækning af fuldtidsansatte brandfolk. Opgaven skal komme med bud på handlemuligheder, så en potentiel ny medarbejder finder det attraktivt at søge en stilling i organisationen – og gerne forbliver i organisationen i en rum tid.

Opgaven sigter dermed mod en afdækning af følgende spørgsmål:

Hvordan kan Beredskab Fyn arbejde strategisk med tiltrækning af kommende medarbejdere, og hvordan kan nuværende personale inddrages i at gøre arbejdspladsen attraktiv?

2. Helhedsmodellen

Opgaven tager afsæt i helhedsmodellen for den attraktive arbejdsplads (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 30). Frem for at beskæftige sig med alle faktorer i modellen, zoomes ind på tre faktorer – nemlig omdømme, kompetenceudviklingsmuligheder og karriereudviklingsmuligheder.

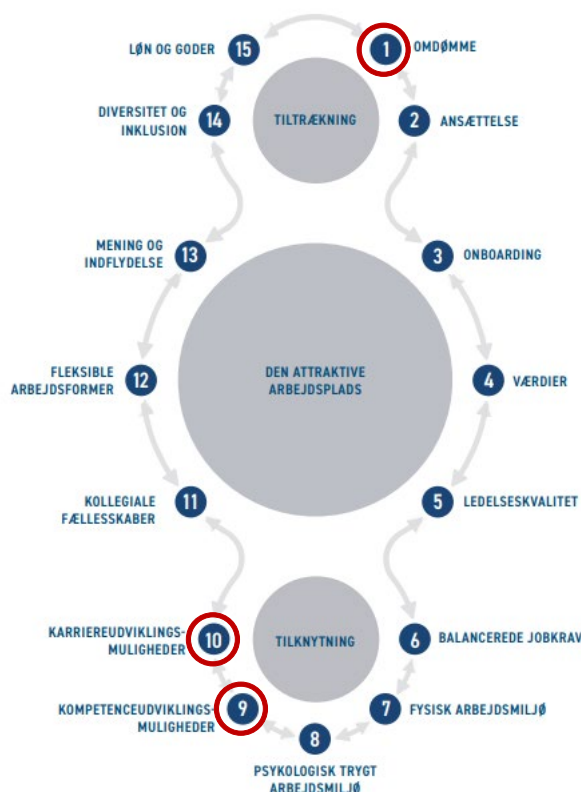
2.1. Afgrænsning

At beskæftige sig med omdømme synes oplagt, når der i forbindelse med en vakant stilling forsøges at skabe opmærksomhed om organisationen. Kompetence- og karriereudviklingsmuligheder relaterer sig ifølge modellen mere til tilknytning end til tiltrækning. Der er dog erfaring for, at der i en stærkt hierarkisk opbygget organisation som Beredskab Fyn blandt nyansatte er meget fokus på kompetence- og karriereudviklingsmulighederne, fordi bl.a. uddannelsesniveau og kompetencegivende kurser har afgørende indflydelse på ens udviklingsmuligheder i organisationen.

2.2. Zoom ind

Ifølge bagmændene til modellen skal man stille sig nogle spørgsmål for at gøre det tydeligt, hvad faktorerne dækker over, og for at kunne pejle sig ind på, hvad der skaber en attraktiv arbejdsplads (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2026):

- Omdømme: Kommunikerer I de gode historier? Har I formuleret en grundfortælling? Arbejder I aktivt med employer branding? Opfordrer I medarbejdere til at være ambassadører for arbejdspladsen?
- Kompetenceudviklingsmuligheder: Tilbyder I formel uddannelse og træning, som fx kurser og temadage? Tilbyder I arbejdspladsbaseret læring, som fx sidemandsoplæring og jobrotation?
- Karriereudviklingsmuligheder: Er der tydelige og attraktive karriereveje, der indbyder til, at karrieren både kan bevæge sig opad, til siden og nedad?

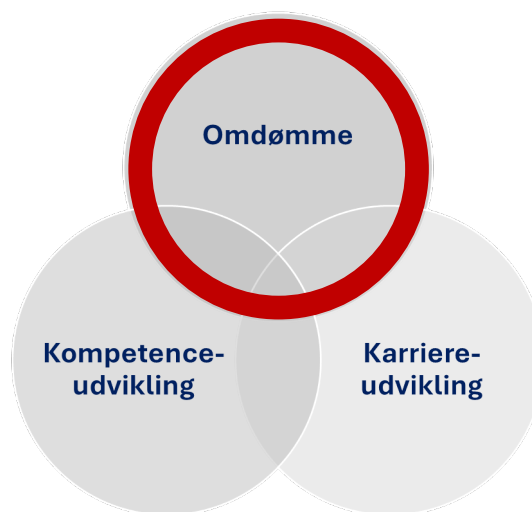


Disse og tilknyttede spørgsmål danner grundlag for en mere indgående behandling af de tre udvalgte faktorer i det følgende.

3. Omdømme

”Omdømme er et kritisk strategisk succeskriterium” ifølge Henrik Holt Larsen m.fl. (Holt Larsen, Nielsen, & Øhrstrøm, 2022, s. 30). Et omdømme består af fire dimensioner: det procedurale, det tekniske, det moralske og det resultatorienterede (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 42-43).

Umiddelbart vurderes det, at det procedurale og det moralske omdømme er positivt, da Beredskab Fyn som offentlig aktør udfører samfundsnyttige opgaver inden for et velreguleret område, og som følge af, at der ikke florerer negativ omtale af løsningen af kerneopgaverne.



Til gengæld kan både det tekniske og det resultatorienterede omdømme kalde på handling i forhold til denne opgaves kontekst. Det hænger sammen med, at der i branchen er fokus på den faglige kvalitet i opgaveløsningen og den tekniske måde at løse operative opgaver på så som brandslukning, frigørelse af fastklemte personer ved trafikuheld eller håndtering af miljøuheld. Erfaringen er, at potentielle nye medarbejdere efterspørger høje faglige standarder og et kompetenceniveau, der løbende forbedres, og at de tilgængelige kapaciteter i form af brandkøretøjer og materiel er up to date.

Det betyder med andre ord, at tiltrækning af beredskabsfagligt uddannet personel bør bygge på en opfattelse hos ansøgerne af, at organisationen har et højt fagligt niveau, der til stadighed udvikles, og at opgaverne løses effektivt med moderne teknologi og tidssvarende teknikker.

For at understøtte denne opfattelse hos ansøgerne bør der arbejdes strategisk med en grundfortælling.

3.1. Grundfortælling

Organisationen har i dag en strategi, der består af en relevant mission, en langtidsholdbar vision og ni strategiske målsætninger, der dels forholder sig til omverdenen og dels er orienteret mod interne forhold i organisationen, se bilag.

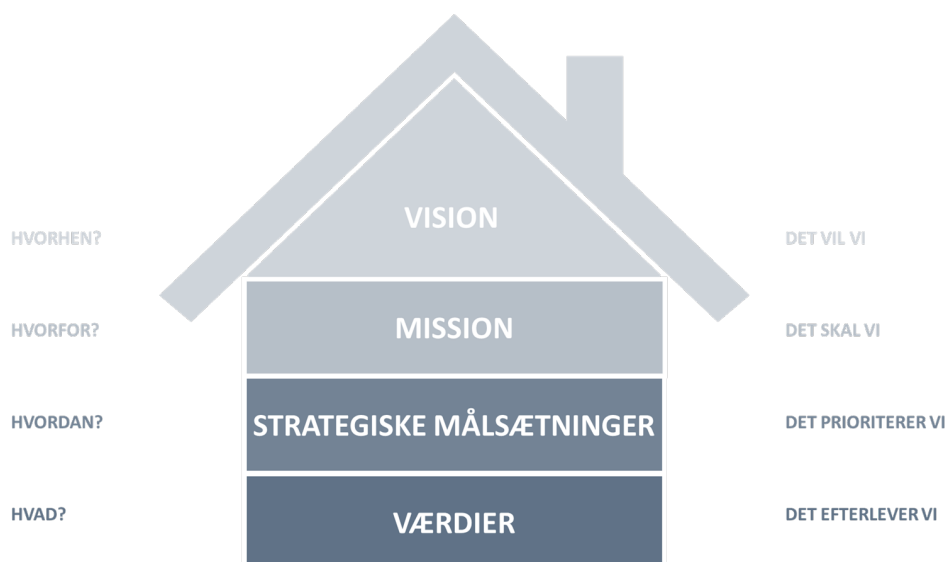
I en anden opgave på masteruddannelsen (Ipsen, 2025) har jeg arbejdet med sammenhængen mellem strategi og værdier, for i det strategiske arbejde bør der også være ”fokus

på de bærende værdier og værdifællesskabet i organisationen og have blik for, hvilke værdier der er styrende for samarbejdet og løsningen af arbejdsopgaverne.” (Holmgren & Nüssler, 2020, s. 145).

Værdierne i Beredskab Fyn er (Beredskab Fyn, 2020):

- Åbenhed og ærlighed
- Respekt
- Kompetencer
- Service

En logisk og helhedsorienteret sammenhæng mellem strategi og værdier er skabt gennem nedenstående strategihus, der er udviklet med inspiration fra Christian Qvick (Qvick C. N., 2023, s. 21-22).



Der er ikke i dag skabt en decideret grundfortælling, men den formulerede strategi og de gældende værdier – og ikke mindst den pædagogiske visualisering af sammenhængen – tjener som grundlag for at skabe en fortælling om Beredskab Fyn internt og eksternt.

Ikke desto mindre kan en grundfortælling i en mere sammenhængende prosatekst understøtte kommunikationen om Beredskab Fyn – fx ved at publicere den på organisationens hjemmeside. Derved gøres det også mere tilgængeligt for både eksterne og for egne medarbejdere og ledere at få indblik i og kunne genfortælle organisationens position og pejlemærker. Dette er især relevant, når det er ambitionen at involvere nuværende medarbejdere mere i tiltrækningen end tidligere.

3.2. Employer branding

I Beredskab Fyn kan der således arbejdes med en grundfortælling som en form for organisatorisk branding, men den mere målrettede kommunikation i forbindelse med tiltrækning af nye medarbejdere bør også ske i form af employer branding. Ved employer branding gør arbejdspladsen konkret opmærksom på, hvad den kan tilbyde over for potentielle ansøgere (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 52). Som nævnt tidligere bør der ved employer branding af Beredskab Fyn være fokus på de tekniske kapaciteter og praksisser samt kompetenceniveauet og udviklingsmuligheder.

Gennem employer branding tydeliggøres arbejdspladsens styrker, men indsatsen skal målrettes de potentielle ansøgere og bl.a. være autentisk. Sidstnævnte kan fx understøttes ved at lade nuværende medarbejdere i lignende stillinger bidrage til kommunikationen ved at være ambassadører for organisationen. Ansattes frivillige positive omtale af arbejdspladsen kaldes for "employee advocacy" og opfattes typisk mere troværdig end organisationens egen fortælling (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 54).

3.3. Storytelling

Selv om der i det forudgående er redegjort for, hvordan strategi og værdier, en grundfortælling og inddragelse af personalet i både corporate og employer branding kan fremme et positivt omdømme, kan omdømmet plejes yderligere gennem storytelling.

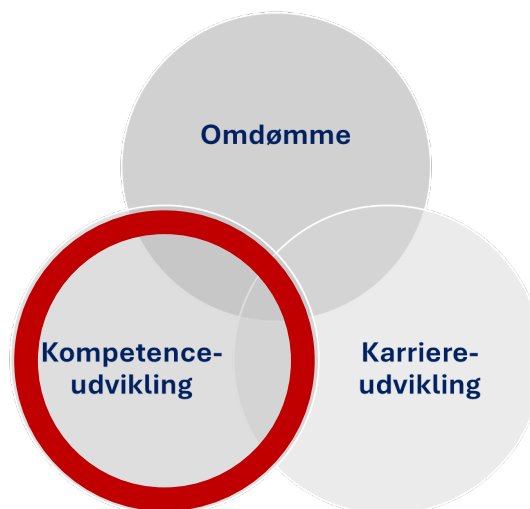
Ved storytelling bruges narrativer frem for blot fakta til at kommunikere budskaber. Anbefalingen er derfor at skabe en fortælling om organisationen, der fx udspringer af virkelige oplevelser og skaber et billede af, hvad organisationen står for. Historiefortællingen bør indeholde en dimension af noget utopisk og en bedre fortælling – the better story (Jørgensen, 2026), hvilket kan sikres ved at indtænke elementer fra visionen og de strategiske målsætninger, som jo netop beskriver et fremtidsbillede og en retning for organisationens udvikling.

Storytelling kan med fordel bruges af medarbejdere, når de mødes med ligesindede i faglige netværk, i stillingsopslag og under ansættelsessamtaler samt på hjemmesiden og sociale medier mv. Storytelling kan også anvendes til at tegne et klart billede af, hvem organisationen ønsker at tiltrække. Mange vil nok nikke genkendende til et stereotypet billede af en brandmand som en midaldrende og etnisk dansk mand. Gennem storytelling vil det være muligt at skabe et mere realistisk billede af, hvem der kan søge og komme i betragtning til en stilling i døgnstyrken, når fortællingen fx omhandler yngre ansatte, medarbejdere med anden etnisk herkomst end dansk eller kvindelige kollegaer.

I det følgende ses nærmere på de to faktorer, som potentielle ansøgere vil være nysgerige på, og som nuværende medarbejdere og ledere derfor også bør have indblik i, så den gode fortælling herom kan videreformidles.

4. Kompetenceudviklingsmuligheder

Helt basalt har mennesket et grundbehov for at kunne mestre de opgaver, man møder i livet (Tønsvang, Bøgh Andersen, Lindgaard Petersen, & Schou, 2023, s. 49). Det kendes fra selvbestemmelsesteorien. Derfor er det nok ikke overraskende, at ansøgere til en vakant stilling er interesserede i oplysninger om, hvordan kompetenceudvikling foregår på en eventuelt kommende arbejdsplads.



Som beredskabsassistent i døgnstyrken skal man som minimum være uddannet brandmand. Som nyansat beredskabsassistent i Beredskab Fyn omskoles man af kollegaerne til brandkøretøjerne, og man får en grundig indføring i betjening af det materiel og det udstyr, som forefindes på køretøjerne. Desuden onboardes man til de procedurer og praksisser, der er gældende på arbejdspladsen. Efter overstået prøvetid igangsættes første kompetenceudvikling, som fx omfatter uddannelse i højderedning og funktionen som lineholder for redningsdykkerne. Senere i karrieren kan man blive udvalgt til at blive eksternt uddannet som eksempelvis erhvervs- og redningsdykker eller holdleder.

Det nævnte forløb illustrerer, at kompetenceudvikling kan foregå på mange måder – som intern introduktion, via sidemandsoplæring eller gennem eksterne kurser. Det er min oplevelse, at mange medarbejdere – og dermed potentielt også ansøgere til vakante stillinger – primært anerkender sidstnævnte måde som kompetenceudvikling. De andre måder opfattes ikke som en del af den løbende kompetenceudvikling på arbejdspladsen. Spørgsmålet er derfor, hvordan denne vildfarelse kan håndteres ledelsesmæssigt og italesættes som led i en storytelling?

4.1. 70-20-10

Morgan McCall (Lombardo & Eichinger, 2000) nævnes som ophavsmanden til 70-20-10-modellen. Hovedpointen i modellen er, at kompetenceudvikling og læring ikke kun sker gennem formel træning, men også i samspillet med kollegaer og især gennem den daglige opgaveløsning på arbejdspladsen. Ifølge modellen opstår den meste læring, når man som medarbejder løser sine opgaver på arbejdspladsen og omsætter den viden, der er tillært.



I det følgende forklares modellen gennem et konkret eksempel – virket som redningsdykker i døgnstyrken.

Efter- og videreuddannelse i form af først erhvervsdykkeruddannelsen og derefter redningsdykkeruddannelsen er en forudsætning, når en beredskabsassistent i døgnstyrken skal tilegne sig de grundlæggende færdigheder og kompetencer for at kunne varetage funktionen som redningsdykker. Den formelle uddannelse er grundlaget for at kunne indgå i dykkerberedskabet.

Erfaringsudveksling og sparring med kollegaer i dykkerberedskabet, fælles dyk og øvelser, men også egen refleksion over opnået erfaring udgør ifølge modellen en større andel af kompetenceudviklingen.

Den suverænt største læring opnås, når beredskabsassistenten er i vandet. Dykkene foretages under indsats, men især under rutinedyk. Beredskabsassistenten opnår varierende ny viden og erfaring, når dykket foregår i en sø med stille vand eller i åbent hav med strømning, om sommeren i lunt vand eller om vinteren i et koldt miljø og måske under is, på lavt vand i dagtimerne med god sigtbarhed eller på tre meters dybde om natten, hvor dykkeren skal føle sig frem. Det er under den praktiske udførelse af funktionen, at beredskabsassistenten dygtiggør sig og opnår den rutine, der styrker kompetencerne.

Modellen er også relevant i andre situationer på arbejdspladsen, herunder brandslukning i en røgfyldt bygning eller frigørelse af en fastklemt person i forbindelse med et trafikuheld. Den basale uddannelse skal være på plads, men sparring med erfarne kollegaer og ikke mindst den hyppige løsning af opgaverne under forskellige vilkår giver kompetenceudviklingen.

Når fortællingen om arbejdspladsen og et job i døgnstyrken skal tilrettelægges, bør kompetenceudviklingsmulighederne nuanceres med afsæt i 70-20-10-modellen for at illustrere, at den daglige opgaveløsning og rutiner i hverdagen er den største kilde til kompetenceudvikling, som bl.a. understøttes af målrettet sidemandsoplæring og sparring samt formel videre- og efteruddannelse.

4.2. Læringskultur

Ovenstående eksempler viser, at kompetenceudvikling er indlejret i det daglige arbejde i døgnstyrken. Storytelling bør derfor underbygges af oplysninger om, hvordan kompetenceudviklingen i hverdagen organiseres og systematiseres for at sikre den optimale læring.

En læringskultur på arbejdspladsen skal sikre, at kompetenceudvikling er en fortløbende proces. I Beredskab Fyn prioriteres en markant del af arbejdstiden til uddannelse og øvelse. Det optimale udbytte opnås, når der hersker psykologisk tryghed på arbejdspladsen, hvor medarbejdere er ”trygge ved at tale om bekymringer og fejltagelser”, har ”tillid til, at de kan sige deres mening uden at blive ydmyget” og ved, at de ”kan stille

spørgsmål, når de er usikre på noget” (Edmondson, 2020, s. 20). Et sådant læringsmiljø skaber gode forudsætninger for ”åbenhed, feedback, læring og kontinuerlig udvikling” (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 171). Viljen til at evaluere og tilliden til at give tilbagemeldinger til hinanden fremmer læringen.

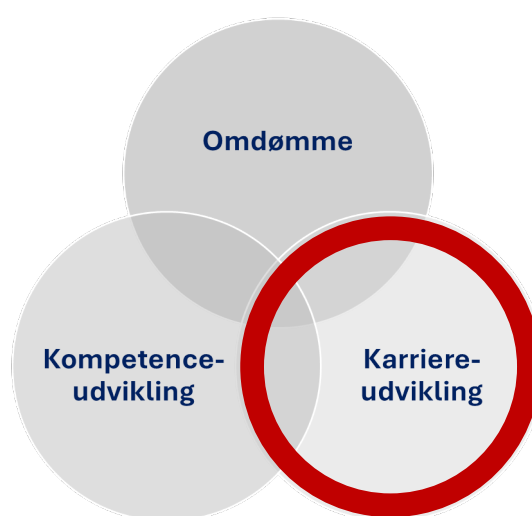
En sådan kultur skal skabes og vedligeholdes ikke kun gennem psykologisk tryghed i organisationen, men også ved at udvikle de nuværende rammer herfor. Inspireret af det førnævnte kan jeg forestille mig, at Beredskab Fyn skal arbejde mere fokuseret med at afsætte tid efter indsatser og øvelser til taktisk evaluering ud fra et lærings- og forbedringsperspektiv, indføre mentorordning for nyansatte for at facilitere sidemandsoplæring mere stringent, i højere grad operere med dedikeret tid til egenrefleksion efter modtagelse af undervisning og dyrke arbejdspladsbaseret læring så som fælles træning i indsatsteknikker og -taktikker. Det forholder sig nemlig således, at kompetenceudvikling sammen med kolleger også ”styrker kollegafællesskabet socialt og kulturelt” (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 165), hvilket igen må formodes at fremme den psykologiske tryghed på arbejdspladsen.

Læringskulturen kan indgå i branding af arbejdspladsen, og employer branding bliver især effektiv, hvis indholdet differentierer sig fra sammenlignelige arbejdspladser (Qvick, Elmholdt, & Schultz Pedersen, 2025, s. 53). I det lys vil det give mening at fremhæve elementer i læringskulturen, der er særlige for Beredskab Fyn, herunder, at døgnstyrken én gang om året konverterer en døgnvagt til uddannelsesdage på i alt 20 timer, hvor der gennemføres praksisnære øvelser og repetition af beredskabsfaglige færdigheder. Et andet eksempel, der kan fremhæves, er anvendelsen af simulationsbaseret træning (virtual reality), hvor hændelsesscenarier kan øves i et trygt miljø uden store ressource-træk.

5. Karriereudviklingsmuligheder

Som nævnt tidligere er karriereudviklingsmuligheder en vigtig parameter for at kunne tiltrække nye medarbejdere. Et er, at mulighederne skal være til stede i organisationen – noget andet er, at de også skal kunne formidles internt og eksternt. Dette synes især relevant, når det er ambitionen, at ledere og medarbejdere skal fungere som ambassadører over for omverdenen.

Historisk set har brandfolk i døgnstyrken ikke opfattet organisationen som en arbejdsplads med store muligheder for karriereudvikling. Dette er blevet underbygget af, at der for mange gjaldt, at karriereudvikling var lig med forfremmelse til en højere stilling. Der er kun ganske få lederstillinger i



døgnstyrken, og bliver en af disse vakant, slås den i øvrigt op offentligt og kan dermed i sidste ende besættes af en udefrakommende.

En sådan forståelse af karriereudvikling er for simpel og for unuanceret. Derfor gives i det følgende to bud på, hvordan karriereudvikling kan illustreres og kategoriseres.

5.1. Karrieremodellen

En karriereudvikling behøver ikke begrænse sig til at være lineær/vertikal, og de forskellige muligheder kan illustreres på følgende måde (Sangild, 2026):



Ved siden af den lineære karriereudvikling står ekspertvejen, hvor fordybelse og specialisering er kendetegnende for karriereforsløbet. Den udvidende karrieretype skifter typisk jobfunktion hvert 5.-10. år og går mere op i at udvide sit felt end egentlig at stige opad, mens en episodisk karriereudvikling mere handler om at udvikle karrieren gennem opgaveskift og projektforsløb.

Selv om karrieremodellen kun bygger på fire måder at tænke karriere på, kan modellen bidrage til at nuancere ens syn på karriereudvikling og være med til at understøtte en kommunikation om karriereudviklingsmulighederne i organisationen.

5.2. Karrierevejsmodellen

Karrierevejsmodellen bygger på syv karriereveje og kan både bruges til at synliggøre karriereveje, designe udviklingsforsløb og være afsættet for udviklingssamtaler (Nyvang Qick, Emholdt, & Pedersen, 2026). I denne sammenhæng tjener anvendelse af modellen primært det formål at tydeliggøre over for nuværende personel og kommende nye medarbejdere, hvilke muligheder der findes i organisationen. For at give modellen endnu mere værdi, er den suppleret med konkrete, anonymiserede eksempler fra Beredskab Fyn, hvor de forskellige veje har været anvendt. Gennem denne konkretisering er det håbet, at modellen operationaliseres, hvilket øger chancerne for, at den anvendes i kommunikationen om organisationen – også af nuværende medarbejdere.

	Giver mulighed for	Eksempel
Ledervejen	Forfremmelse til et job med større status, ansvar og løn	En beredskabsassistent er blevet forfremmet til en lederstilling som beredskabsmester
Specialistvejen	Dybdefaglig specialisering inden for et afgrænset fagligt felt	En beredskabsassistent har specialiseret sig til højderedningsinstruktør
Ansvarsvejen	At varetage særlige organisatoriske opgaver	En beredskabsassistent har fået funktionen som koordinator med særligt ansvar for røgdykkerudstyret
Porteføljevejen	At have flere ansættelser samtidigt	En beredskabsassistent bijobber i anden afdeling som førstehjælpsunderviser
Brobyggervejen	At bygge bro mellem eksisterende kompetencer og de krav, der vil være i et beslægtet job	En beredskabsmester har skiftet opgaver fra operativ indsats til administrative funktioner på vagtcentralen, hvor den operative erfaring er en fordel
Sporskiftevejen	At starte på en frisk og tilegne sig helt nye færdigheder	En beredskabsassistent har efter videreuddannelse skiftet job til beredskabsinspektør med fokus på forebyggende opgaver
Nedtrapningsvejen	At bibeholde tilknytningen til sin arbejdsplads på en bæredygtig måde, når der er ønske om at trappe ned	En beredskabsassistent i 60-års alderen er gået ned i antal døgnvagter

Begge modeller bidrager til en nuancering af karriereveje og til et overblik over karriereudviklingsmuligheder i organisationen og kan derfor også indgå i den nødvendige employer branding og storytelling. I praksis kan fortællingen om mulighederne gøres mere relaterbar ved at lade et eller flere af de nævnte, konkrete eksempler fra egen organisation indgå i narrativet. Gennem det systematiske overblik gøres det alt andet lige lettere for personalet at fortælle om mulighederne over for potentielle nye kollegaer og dermed forbedre sandsynligheden for at lykkes med at tiltrække nye kræfter til døgnstyrken.

6. Opsamling

Med udgangspunkt i helhedsmodellen og ved at fokusere på de tre faktorer omdømme, kompetenceudviklingsmuligheder og karriereudviklingsmuligheder er det undersøgt på et konkret plan, hvordan tiltrækning af nye medarbejdere til døgnstyrken kan optimeres.

For det første bør der udarbejdes en grundfortælling, som suppleres af employer branding. En storytelling kan udbredes af nuværende medarbejdere og ledere. I den forbindelse er det vigtigt at sikre, at disse ambassadører har et tilstrækkeligt indblik i de tekniske og resultatorienterede omdømmedimensioner, som potentielle nye kollegaer har fokus på, og at kompetence- og karriereudviklingsmuligheder synliggøres.

Opgaven anviser således en række tiltag, der sigter mod at forbedre Beredskab Fyns muligheder for tiltrækning af relevant personale i fremtiden.

7. Referencer

- Beredskab Fyn. (2020). *En fælles kultur - fælles værdier for Beredskab Fyn*. Beredskab Fyn.
- Beredskab Fyn. (10. maj 2026). Hentet fra <https://beredskabfyn.dk/>
- Edmondson, A. (2020). *Den frygtløse organisation*. København: Djøf Forlag.
- Holmgren, J., & Nüssler, C. (2020). *Strategisk ledelse for offentlige ledere*. Samfundslitteratur.
- Holt Larsen, H., Nielsen, J., & Øhrstrøm, B. (2022). *HRM i praksis*. Samfundslitteratur.
- Ipsen, S. (2025). *Strategisk bevidsthed i en robust organisation*.
- Jørgensen, K. M. (14. april 2026). Forelæsning på Aalborg Universitet. *HRM og Organisatorisk Læring - Storytelling og strategisk læring i organisationer*.
- Lombardo, M., & Eichinger, R. (2000). *The Career Architect Development Planner, 3rd edition*. Lominger Limited.
- Nyvang Qcick, C., Emholdt, C., & Pedersen, C. (11. maj 2026). *Mandag Morgen*. Hentet fra <https://www.mm.dk/artikel/attraktive-karriereveje-leder-ikke-kun-hen-til-chefkontoret>
- Qvick, C. N. (2023). *Er der nogen hjemme i strategihuset?* Hans Reitzels Forlag.
- Qvick, C., Elmholdt, C., & Schultz Pedersen, C. (2025). *Hjælp, vi mangler kolleger!* København: Hans Reitzels Forlag.
- Qvick, C., Elmholdt, C., & Schultz Pedersen, C. (10. maj 2026). *Offentlig ledelse - magasinet for offentlige ledere*. Hentet fra <https://offentligledelse.dk/saadan-skaber-du-den-attraktive-arbejdsplads/>
- Sangild, T. (11. maj 2026). *Karrieremodellen - Hvad driver dig?* Hentet fra Center for Ledelse: <https://www.cfl.dk/artikler/karrieremodellen-hvad-driver-dig>
- Tønesvang, J., Bøgh Andersen, L., Lindgaard Petersen, C., & Schou, S. (2023). *Mening og motivation*. Djøf Forlag.

8. Bilag

Beredskab Fyns strategi

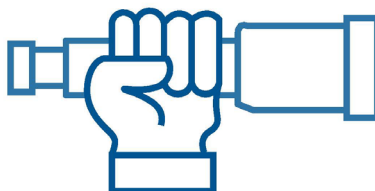
I Beredskab Fyn vil vi gerne skabe en fælles retning for hele organisationen. Derfor har vi fastsat en mission og en vision, som skal være i vores tanker i alle situationer.

Mission



Vi vil forebygge, begrænse og afhjælpe skader på personer, ejendomme og miljøet ved ulykker og katastrofer, herunder krigshandlinger, eller overhængende fare herfor.

Vision



Vi vil redde liv og skabe tryghed med et robust beredskab.



Beredskab FYN

Vi redder liv og skaber tryghed

Strategiske målsætninger

Vi har fastsat en række strategiske målsætninger, som vil være det, alle afdelinger i hele Beredskab Fyn skal arbejde efter, så vi opnår vores vision og mission.



Vi er den foretrukne samarbejdspartner for kommunerne på beredskabsområdet



Vi går foran gennem evaluering, innovation og sikring af kvalitet



Vi vil være en attraktiv arbejdsplads, der tiltrækker, fastholder og udvikler dygtige medarbejdere med de rette kompetencer



Vi vil have fælles værdier og en kultur, der understøtter opgaveløsningen



Vi vil være en arbejdsplads med fokus på god trivsel



Vi er omstillingsparate. Vi vil også have fokus på de beredskabsfaglige opgaver, der traditionelt ikke bliver tænkt som en del af beredskabernes opgaveportefølje



Vi ønsker at blive kendt blandt borgerne som beredskabet på Fyn



Vi vil sikre en velfungerende drift og udvikle det tværgående samarbejde



Vi vil skabe borgernær tryghed gennem målrettet information og lokale fællesskaber



Beredskab FYN

Vi redder liv og skaber tryghed