

# Besöksnäringens utmaningar med kompetensförsörjning

Christian Westerberg, Projektledare, Näringslivsgruppen

Denna spaning ingår i en serie av spaningar som ämnar att belysa omvärldsfaktorer, fenomen och trender som på olika sätt påverkar förutsättningarna i besöksnäringen. Vårt primära syfte är att sprida kunskap och inspirera till fortsatt utveckling av Göteborg som destination. Spaningarna innehåller fakta varvat med exempel och vi för resonemang om hur framtiden kan komma att se ut. Notera gärna datumet för publicering och ha i åtanke att förutsättningarna kan ha ändrats sedan spaningen skrevs.

Vi välkomnar alla att bidra till dialogen och dela med sig av sin syn på de fenomen vi lyfter. Tillsammans hjälps vi åt att tackla de utmaningar branschen står inför.

go:teborg&co

# Besöksnäringens utmaningar med kompetensförsörjning

Spaning 22 april 2022

I modern tid har världen och Sverige gått igenom en rad olika kriser. Besöksnäringen har under dessa kriser kommit mer eller mindre lindrigt undan. Men under pandemin har besöksnäringen varit den bransch som kanske hårdast har drabbats till följd av de rådande restriktionerna och ett ändrat beteende hos invånarna. Krisen har lett till att många arbetsgivare under de senaste åren tvingats till varsel och uppsägningar. Enligt Visita minskade antalet anställda inom hotell och restaurang under helåret 2020 med 52 000 löntagare jämfört med 2019 och 65 procent av dessa var under 26 år.

När samhället nu öppnar upp och hotell, restauranger med flera vill återanställa finns inte längre tidigare anställda kvar i branschen och många företag vittnar om en kompetensbrist som börjar bli alltmer kritisk.

Förutom den akuta kompetensbristen här och nu har coronakrisen också aktualiserat besöksnäringens problem med den mer långsiktiga kompetensförsörjning, dess attraktivitet som arbetsgivare och matchningsproblematiken på arbetsmarknaden. Exempelvis görs stora hotellinvesteringar i Göteborg, ca 3 500 hotellrum fördelade på sju hotell ska byggas närmsta tre åren. Enligt Visita kommer det behövas runt 1000 nya medarbetare på i de nybyggnationerna samtidigt som söktrycket är lågt på hotellutbildningarna.

## Lägesrapport

I spåren av pandemin ser Visita nu ett antal utmaningar både på kort och lång sikt. Det är främst företagets skuldsättning, personalbrist och långsam återhämtning för utländsk turism. Men även inflationen, ökade drivmedelspriset och minskat affärsresande är försvårande faktorer som innebär utmaningar för branschens aktörer att planera sitt personalbehov. Alla dessa faktorer har påverkat besöksnäringens kompetensförsörjning på olika sätt.

I en sammanställning rörande kompetensfrågor i besöksnäringen som Göteborgsregionen har gjort identifieras följande utmaningar:

- Besöksnäringen har tappat enorma mängder personal och kompetens. Det kommer behövas kraftsamlas under en längre tid för att få branschen på fötter igen kompetensmässigt.
- Framtidens turister kommer att ställa högre krav och vara mer pålästa. Upplevelsen börjar digitalt och företagen



Wine Mechanics. Foto: Tina Stafren

behöver stöd i att bygga digital kompetens för att möta nya förutsättningar.

- För att fler ska vilja stanna i branschen behövs åtgärder för att öka status på besöksnäringens yrken och utbildningar som till exempel möjliggör för fler att kompetensutveckla sig hela livet.
- När omvärlden förändras snabbt bör besöksnäringen samarbeta med andra branscher och kompetenser för att öka innovation inom till exempel mobilitet och stadsutveckling.

För att möta dagens utmaningar talar rapporten också om ett antal behov och förslag på angreppssätt som är generella över alla delbranscher inom besöksnäringen:

- Hitta olika sätt att stötta näringen när de ska återanställa, det kommer vara många som är helt nya i branschen.
- Rusta med ledarskap så att de ledare som är kvar får rätt verktyg för att attrahera, behålla och utveckla sin personal.
- Öka branschens attraktivitet så att personer med intresse, relevant erfarenhet eller utbildning vill arbeta i besöksnäringen.
- Stimulera företag till nya sätt att sälja och vara lönsamma genom att satsa på nya innovativa områden, samt anställa kompetens som behövs för att tänka nytt.



Jobb- och kompetensmessa Skarpt Läge 2022 på GöteborgsOperan. Foto: William Turner.

## Vår syn på framtiden

Att pandemin i flera omgångar har skakat om branschen har varit problematiskt då aktörer ibland tvingats att säga upp personal i flera omgångar. Det gör att man med största sannolikhet tappar möjligheten att vara en pålitlig och attraktiv arbetsgivare. Ungdomar kan vara tveksamma på om det är meningsfullt att söka sig till en utbildning som leder till ett jobb i en bransch som både är så osäker i förhållande till anställningstrygghet och till konjunkturen. Nu när många behöver återanställa så är det många tidigare anställda som gått vidare till andra branscher och de nya potentiella kandidaterna har ofta en lägre kompetensprofil.

Ett förändrat beteendemönster och ändrade resvanor efter pandemin har också satt fingret på en annan utmaning för besöksnäringen kopplad till kompetensförsörjningen; att bli ännu snabbare på att digitalisera sin verksamhet och bransch. Det kommer därför att behöva rekryteras en helt annan typ av kompetens vilket gör att besöksnäringen kommer att konkurrera med helt andra aktörer om talanger inom till exempel IT-området. Där kan man tänka sig att en stukad besöksnäring kommer att få tuff konkurrens från andra branscher som kanske snarare upplevt en högkonjunktur med höjda löner som följd de senaste åren. För att stärka sin egen verksamhet i konkurrensen om framtidens besökare kan även besöksnäringens aktörer behöva bli starkare inom områden som marknadsföring och affärs-

utveckling för att säkerställa att man möter de framtida besökarnas behov och förväntningar. Särskilt då besökarprofilen kan komma att se annorlunda ut i framtiden. Bland annat förväntas näringen som helhet behöva fokusera mer på privatsegmentet om affärsresandet inte återhämtar sig helt. Även detta kräver andra typer av kompetenser och erfarenheter hos personalen.

## Påverkan på näringen

För att accelerera rekryteringsprocessen av kompetent arbetskraft arrangeras olika typer av satsningar.

Götaplatsgruppen lanserade i januari sitt nya utbildningskoncept "You are Welcome" som erbjuder arbetssökande och studenter en betald praktik med garanterat jobb.

Ess Group ha haft sin Ess Academy som internutbildning sedan 2011 men nu skalar man upp den och startar en skola där externa kan få en intensivutbildning med garanterat jobb.

Föreningen Skarpt Läge arrangerar varje år en jobbmässa där utställarna har konkreta jobb-erbjudanden att matcha med besökarens profil under den tre-timmarslånga mässan. Bland årets 35 utställare och 1 400 jobberbjudanden eller praktikplatser på plats på Göteborgs-Operan kom många från besöksnäringen som

---

till exempel Liseberg, Scandic, Casino Cosmopol och Stena Line.

Inom ramen för projektet "Samverkan för framtidens besöksnäring" satsar även Höga Kusten Destinationsutveckling och Region Västernorrland på [rekryteringsträffar med speeddejting](#).

På samma tema arrangerar Visita och Arbetsförmedlingen [Besöksnäringdagarna 25–27 april](#). Över 400 jobb inom besöksnäringen kommer att finnas tillgängligt under en digital rekryteringsmessa där intervjuer kommer att genomföras över nätet med arbetsgivare från hela landet. Intervjuerna är uppdelade på olika typer av tjänster från stora och små arbetsgivare, allt ifrån serveringspersonal och cafébiträde till kökschefer, pizzabagare eller personal till bad och spa.

Turistrådet Västsverige och Västra Götalandsregionen har under mars [gått samman](#) för att satsa på olika plattformar. En [ny webbplats](#) för att jobbbannonser skapades för de företag i Västra Götalandsregionen som anslutit sig till [Hållbarhetsklivet](#). I slutet på mars arrangerades en jobbmässa i regionen och under april kommer utbildningar för serveringspersonal arrangeras där teori varvas med praktik, med restaurangerna som handledare.

En väldigt framtidsorienterad lösning som kanske är närmare i tiden än man tror presenterar Baum+Whiteman i sin [trendrapport för 2022](#). Robotar och automatisering väntas bli den främ-

sta trenden inom restaurang under 2022 och många år framöver. Det är en direkt konsekvens av pandemin där restaurangbranschen behöver lösningar och kompensation till följd av brist på kökspersonal. Roboten Flippy har till exempel arbetat med att vända hamburgare eller fritera pommes frites i amerikanska snabbmatskedjan White Castle. I Tokyo producerar den halv-automatiserad restaurangen Sushiro 1 500 maträtter per timme, främst sushi och ramen i 130 olika kombinationer, tack vare en kombination av kökspersonal, maskiner och AI. Food ATM kommer också utvecklas och dyka upp på betydligt flera nya platser kommande åren enligt Baum+Whiteman.

Det är tydligt att näringen förstår de utmaningar de står inför och exemplen är många från företag och offentliga aktörer som tar initiativ för att hjälpa näringen att ställa om. Den utveckling vi ser framför oss kommer med stor sannolikhet att göra besöksnäringen mer intressant både som arbetsgivare och utifrån ett besökarperspektiv.

**Denna spaning är skriven av Christian Westerberg, Projektledare, Näringslivsgruppen vid frågor kontakta [christian.westerberg@goteborg.com](mailto:christian.westerberg@goteborg.com)**