



MORGONDAGENS MEDARBETARE 2.0

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



TURISM & TRENDER 2021



VARFÖR SATSA PÅ BESÖKSNÄRING



VARFÖR BESÖKSNÄRING

Kommuner med utvecklad besöksnäring har:

- Högre sysselsättningsgrad
- Lägre arbetslöshet, inte minst bland ungdomar – instegsjobb
- Bättre integration – instegsjobb
- Större serviceutbud och dagligvaruhandel
- Högre nyföretagande (sidoinkomst/huvudinkomst)
- Bättre prisutveckling på småhus
- Landsbygdskommuner med besöksnäring ger innevånare en högre livskvalitet än landsbygdskommuner generellt (TVV mätsystem för livskvalitet)



VARFÖR BESÖKSNÄRING

- Turism kan ge möjlighet till försörjning på landsbygden
- Levande landsbygd = ökad attraktionskraft
- Nya produkter och service för besökare **OCH** bofasta
- Jämställdhet



VARFÖR BESÖKSNÄRING

- Inflyttning för ökade skatteintäkter är en förutsättning för kommuners överlevnad.
- För att få inflyttning måste potentiella invånare först besöka kommunen och då behöver den vara attraktiv. Upplevd attraktion för besökare och fast boende är i hög grad överensstämmande.

"LOCALHOOD" – som strategi



BESÖKSNÄRINGEN 2019



11,5 MILJONER GÄSTNÄTTER/år



3,2 MILJONER KOMMERSIELLA GÄSTNÄTTER



19% UTLÄNDSKA



50% NO



1,2 MILJONER/år
DAGTURISTER

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

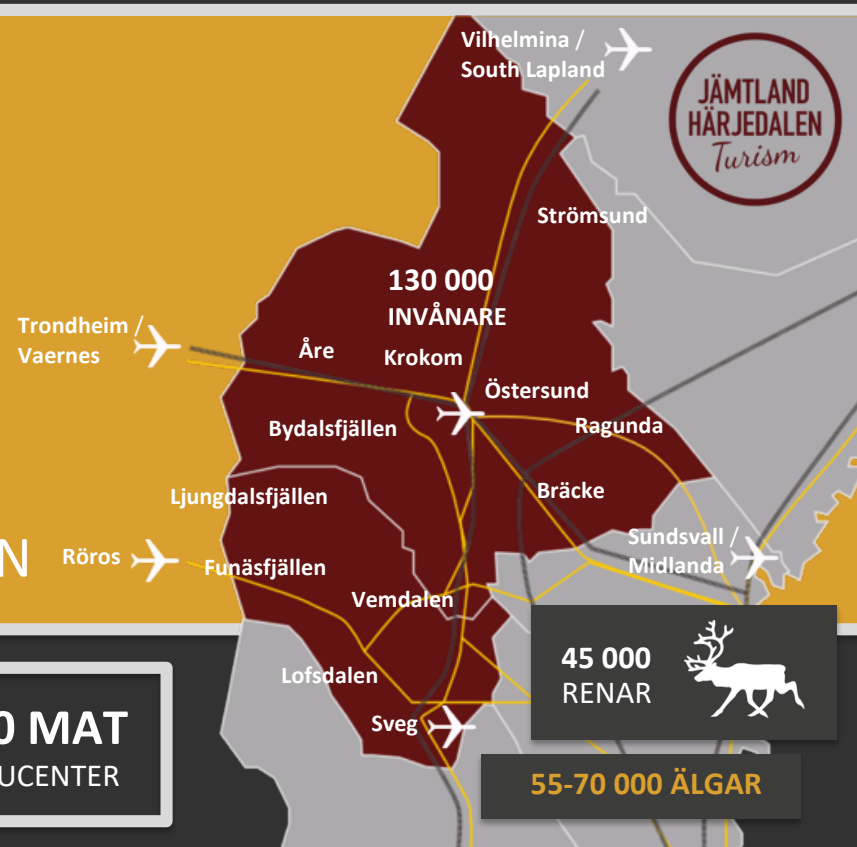
"Ledande på naturbaserade upplevelser"

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen
en basnäring som varje år omsätter

5,84 MILJARDER sek

Näringsen genererar

5 050 DIREKTA HELÅRSARBETEN



2,79
MILJONER/år

18 000

WHITE
GUIDE **29**

**>150 MAT
PRODUCENTER**

2019

BESÖKSNÄRINGEN 2021



HÄR STÅR VI NU 😊

- Corona-pandemin ger en unik möjlighet till nystart
- Besöksnäringens roll som jobbmotor är uppenbar
- Stadsturism – landsbygdsturism och klassiska turistmål
- Boendeanläggningar upptäcker nya behov - upplevelseleverantörer
- Affärsresor minskar, privatresor ökar – personalplanering
- Strukturella förändringar i turismutbudet (raserade företag & infrastruktur, kompetensbrist/kompetensöverskott)



SVENSKARS RESANDE I SVERIGE

- Hemestertrenden fanns redan före Corona. +31% gn 2019 jmf med 2008.
- Turismkonsumtionen ökade 2,3% 2019 (206 MDR)
- Naturen lockar. Fler är ute, fler vill bo nära naturen.
- Svenska städer är populära (fast lite mindre just nu...)
- Drivkrafter: Hållbarhet, svenska kronan, utlandssemester har tappat status.
- 4 av 10 bor hos S o V. Tidigare var andelen högre.

Källor: Visit Sweden: Global Travel Service (Oxford Economics),
Tillväxtverket/SCB/TSA 2020, Konsumentundersökning Svenskars resande,
Naturvårdsverket, Friluftsliv 2018, Resebarometern 2019.



BILDEN AV SVERIGE I UTLANDET

DET BEHÖVS LÅNGA TIDSPERSPEKTIV FÖR DRASTISKA FÖRÄNDRINGAR.

SVERIGE LIGGER PÅ 9:E PLATS I VÄRLDEN NÄR DET GÄLLER POSITIV KÄNNEDOM.

Källa: Visit Sweden



A misty forest landscape with dense evergreen trees. The scene is hazy, with layers of trees visible in the distance, creating a sense of depth and atmosphere. The colors are muted, with various shades of green and grey.

TRENDER 2021

Det nya normala

TURISMTRENDER

"Rapporten "Resa i Sverige 2020" som tagits fram av SNDMO visar att de allra flesta vill se mer av Sverige. Storstäderna tappade mycket men resmål som ovana svenskar kände till (klassiska resmål) hade bra med besökare, medan andra ganska nära dessa har fått betydligt färre besökare."

- **JAG** – resan ska vara anpassad för **MIG**
- **Säkerhet & hygien**
- **Hållbarhet** viktigare än någonsin
- **Digitaliseringen** fortsätter i högre fart
(check-in, möten, VR, blockchain-teknik, datasäkerhet)
- **Mindre trängsel** - Avlägsna & lantliga dest.
- **Staycation/Hemester/Svemester** - Inhemsk turism ökar
Nytt är charterresor inom Sverige (TUI bl a)
- **Bokningsvillkor** – avbokningsbart prioriteras



TURISMTRENDER

- **Flight to nowhere** – I luften eller på marken
- **Bleisure/Workation/Digital Nomads** – arbete & skola
Arbeta ”fjällifrån”
- **Resebyråns återkomst** – p g a trixiga restriktioner
Patriotism hos återvändare
- **Släktforskningsrelaterat** resande – pilgrimsresa i släktens fotspår
- **Det invanda är det trygga** – återvända till kända resmål
marknadsföring mot tidigare gäster
- **Less is more** – hellre ett resmål än flera
- **Hypotetiskt resande** – resa i fantasin för de som inte kan resa,
t ex via VR



TURISMTRENDER

- Semestern som en tid för **personlig utveckling**. Träna/lära nya saker
- **Längtan till naturen** och ”äkta” upplevelser (jmf Nationalism på gott & ont)
- **Holistisk hälsa**
- **Engagemang** - Visa vad man står för

Summeras till: **SOFT ADVENTURES**



NEGATIVA TRENDER

ÖVERTURISM



KLASSISKA RESMÅL

1. **Överturism:** Trängsel, nedskräpning/latrin, parkeringsproblem.
2. **Plattformsekonomi** förändrar affärsmodeller och sociala relationer.
Privata bostäder blir turistbäddar – AirBnB, Booking o s v

Vem ansvarar för störningar/trygghet?

Attraktionen försvinner när det autentiska är borta...

3. **Lokal service** – för fast boende eller besökare?
Fast boende – anställda – säsongsboende – fritidsboende – turister –
entreprenörer.
En grupps trivsel på bekostnad av en annans
➡ påverkar den **sociala hållbarheten**.



FRITIDSHUS & GENTRIFIERING

- **Priser drivs upp – fast boende trängs från attraktiva lägen**
- **Fysisk förändring – idyller för fritidsboende / vardagsliv**
- **Fritidshusägare – frånvarande eller FÖR närvarande (ställer krav på lokalsamhällets politik och planering utifrån egna intressen)
Behövs nya regler eller krav i samhällsplaneringen?**

***”Gentrifiering** beskriver en social statushöjning i en stad eller ett samhälle. Det diskuteras gärna inom stads- och samhällsplanering eftersom det kan ske genom nybyggen och en inflyttning av nya invånare med högre social status och inkomst än ursprungsbefolkningen.”*



SOCIAL HÅLLBARHET INOM FÖRETAG

Social hållbarhet på fler plan

- Trivsel i arbetslivet och schyssta villkor?

Välbefinnande även för de som jobbar i besöksnäringen



JÄMTLAND HÄRJEDALEN

BESÖKARE VILL GÖRA RÄTT,
MEN VET INTE ALLTID HUR:

- Trängsel, nedskräpning, parkeringsproblem
- Samer & rennäring
- Erosion – T ex cykling i känslig natur
- Förhållanden till fjälls – stämmer inte alltid med besökarnas kalender

Samverkan = snabbare omställning.

Agilitet är ett nyckelord (smidigt, problemlösande)



A grayscale photograph of a dense forest of evergreen trees, likely spruce or fir, under a thick layer of mist or fog. The trees in the foreground are dark and detailed, while those in the background are increasingly obscured by the haze, creating a sense of depth and atmosphere. The overall tone is somber and serene.

NYA BEHOV – NYA YRKEN

KOMPETENSBEHOV EVENEMANG

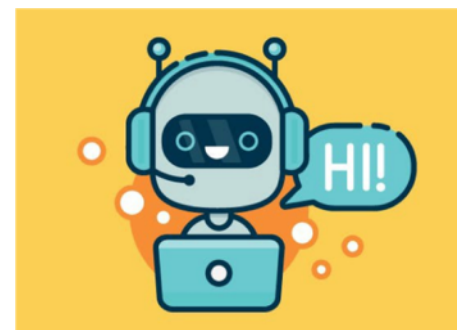
Tommy Höglund, Sportchef Vasaloppet:

- *Appar, sociala media, digital kommunikation, **egna TV-produktioner** och filmer.*
- *Äkthet, tillgänglighet, **personlig** social kommunikation.*
- ***Spetsigare marknadsföring** – CRM som strukturerar, motiverar och konverterar*
- *Förmåga att **skapa upplevelser** för gäster/kunder/besökare*



NYA YRKEN

- **Floorwalkers/värdar** - Problemlösare – den ”mänskliga utvägen”
- **Robot-tränare** – tränare av AI-system
- **Team leaders** för både människor och maskiner
- **Upplevsedesigners** / dramaturger
- **Sociala media-experten** – skapa innehåll och interaktioner
- **Kvalitetssäkrare** av service



NYA YRKEN

- **Gig manager:** Mellan jobb, stresshantering, konflikthantering
- **Kulturflätare / Well-being-manager:** Jämka kulturer o skapa mötesplatser.
- **Klimatrevisor / Vertikalodlare:** Inte bara återvinna, även regenerera
- **Etikutvecklare / Molnvakt:** Säkerställa data
- **DNA-coach / Oldfluencer:** Individualiserad hälsa. Ökad livslängd.

Förmåga att känna empati och "tänka helt crazy" blir en bristvara. Social kompetens, autenticitet, hantverkskänsla och kritiskt tänkande blir eftertraktat



TACK!





ANDREAS EDHOLM, PROJEKTLEDARE
andreas.edholm@jht.se / 070-209 02 31

XX



MATCHNING - EXEMPEL

Inflyttare som vill till Östersund

Söker du kompetens - den kanske finns bland de som kontaktat oss via inflyttarformuläret på hemsidan under andra halvan av 2020. [Här har ni en lista över vilken utbildning, vad de gör idag och vad de vill arbeta inom.](#) Varje inflyttare har ett nummer kopplat till sig så hittar du någon du vill komma i kontakt med är du välkommen att kontakta inflyttarsamordnare jessica.stenback@ostersund.se alternativt 063-14 35 95 så kan hon förmedla kontaktuppgifter.

Innanförskapsakademin

Nu söker Innanförskapsakademin efter företag och privatpersoner som vill anlita unga människor till olika tjänster och samtidigt göra en social insats. Du kan bidra till en trygg framtid för ensamkommande gymnasieungdomar i Östersund med omnejd och samtidigt få hjälp med hemstädning, skottning eller andra enklare RUT-tjänster eller en mer kvalificerad anställning hos ert företag. Vi hittar rätt person för dina behov, och genom ditt uppdrag kan vi hjälpa hen att få den anställning som krävs för ett permanent uppehållstillstånd. [Kontakta Sara Wallentin via mail för mer information.](#)



TOLV BEHOV RESULTERADE I FYRA AKTIVITETER



DE TOLV BEHOVEN

9. Utveckla modeller och sprid goda exempel på introduktion av nyanställda på alla nivåer.
10. Sätt morgondagens medarbetare i relation till förändringar i omvärlden och framtidsstudier.
11. Tydliggör roller, ansvar och arbetsfördelning avseende kompetensfrågan
12. Utveckla rekryteringsmöjligheterna även i relation till livsstils-faktorer som familjesituation, boende och andra frågor.



KOMPETENSFÖRSÖRJNING, UTBILDNING OCH REKRYTERING SOM BERÖR BESÖKSNÄRINGEN I JÄMTLAND/HÄRJEDALEN OCH MMA 2.0



MÅL

- Förbättra kompetensförsörjningen till företagen i Jämtland/Härjedalen.
- En långsiktigt hållbar modell inom respektive aktivitet.



DELMÅL

- Öka branschens status och attraktionskraft och påvisa dess karriärvägar och utvecklingsmöjligheter för individen.
- Påverka utbildningssystemet så att utbudet motsvarar näringens och individens behov.
- Utveckla former för mentorskap, coachning och trainee-verksamhet i syfte att förse näringen med ökad kompetens främst på ledningsnivå.

DELMÅL

- Förbättrad kompetensförsörjning genom utvecklande former av matchning mellan arbetsgivare och medarbetare oavsett etnisk eller annan bakgrund.

MÅLGRUPP

Projektets primära målgrupp är företag inom besöksnäringen, inklusive destinationsbolag eller motsvarande.

Sekundär målgrupp är andra aktörer inom besöksnäringen som t.ex. utbildningsleverantörer.



A photograph of a dense forest of evergreen trees, likely spruce or fir, under a heavy mist or fog. The trees are dark green and densely packed, with the background layers fading into a light greyish-white mist. The overall mood is serene and somewhat somber.

KORT- OCH LÅNGSIKTIGA BEHOV

FÖRETAGSBAROMETER

Årlig enkät sommar och vinter om kompetensförsörjning.



KOMPETENSFORUM

Mässa för besöksnäringen med mötesplats
och intressanta föreläsare



YRKESKATEGORIER & PROFILER

Kartlägg nuvarande och framtida yrkeskategorier och lyft fram profiler som goda exempel.



HANDLINGSPLAN

Vilka moment och insatser ska göras inom respektive aktivitet?



A photograph of a dense forest of evergreen trees, likely spruce or fir, under a heavy mist or fog. The trees are dark green and densely packed, with the fog creating a soft, ethereal atmosphere. The text is overlaid in the center of the image.

DAGENS MEDARBETARE INOM BESÖKSNÄRINGEN

Följande egenskaper bland medarbetarna inom besöksnäringen är mer frekventa jämfört med arbetsmarknaden i stort:

(Källa, Rörlighet och karriärvägar inom besöksnäringen).



MEDARBETARE INOM BESÖKSNÄRINGEN

- Låg utbildningsnivå
- Låg inkomst
- Låg ålder
- Ensamstående
- Invandrarbakgrund



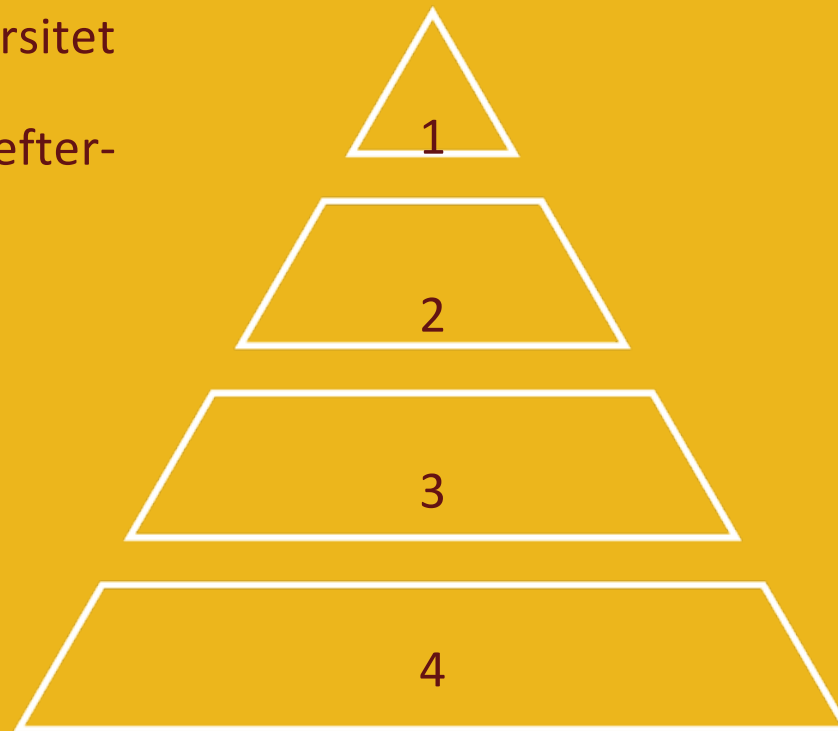
MEDARBETARE INOM BESÖKSNÄRINGEN

- Mer kvinnor
- Tidsbegränsad anställning (säsongsvariationer)
- Arbetar på relativt små arbetsställen
- Studerar parallellt
- Byter arbetsplats ofta



KOMPETENSPYRAMIDEN INOM BESÖKSNÄRINGEN

1. Högskola/universitet
2. Yrkeshögskola/eftergymnasial
3. Gymnasie
4. Grundskola



EXEMPEL PÅ MODELLER OCH PROJEKT OCH REKRYTERING OCH KOMPETENSFÖRSÖRJNING

- Skistar
- Lofsdalen
- Jämtland Calling
- Region JH
- Verket
- Clarion/Stordalen



SAMARBETSPARTNERS I PROJEKTET – PROJEKT

Projekt
Region JH – Inflyttning
Verket
Lofsdalenmodellen

Utbildning
Campus Åre
Gymnasier
MIUN
YH

MMA 2.0

Rekrytering
AF/Fjällmässan
manpower m.fl.
Jämtland Calling
Skistar

Näringen
Företagen
Destinationsbolag
Bransch-
organisationer



- Låg utbildningsnivå
- Låg inkomst
- Låg ålder
- Ensamstående
föräldrar



- Mer kvinnor
- Tidsbegränsad anställning
- Relativt små arbetsställen
- Studerar parallellt
- Byter arbetsplats ofta
- Låg utbildningsnivå

