

Slutrapport

Morgondagens medarbetare 2.0

Projektperiod: 1 december 2019 till 30 april 2023

Projektledare: Andreas Edholm och Anne Adsten, Jämtland Härjedalen Turism



Projektet Morgondagens medarbetare 2.0 genomfördes av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Innehållsförteckning

<i>Sammanfattning</i>	2
<i>Inledning</i>	3
Bakgrund.....	3
Syfte	3
Mål	3
Arbetsätt	4
Målgrupp	4
Projektförlängning och projektförändring.....	4
<i>De fyra aktiviteterna</i>	5
<i>Insatser inom de fyra aktiviteterna</i>	7
<i>Horisontella kriterier</i>	11
Värdeguiden - som en röd tråd.....	11
Integration och mångfald	11
Jämställdhet.....	11
<i>Indikatorer</i>	12
Mål för indikatorerna	12
Måluppfyllelse	12
Aktiviteter och deltagande	13
<i>Informationsspridning</i>	14
JHT nyhetsbrev är en stomme för kommunikation	14
JHT:s nätverk har aktivt spridit information och kunskap vidare	14
Kommunikationssystem	15
Årets studentfavorit.....	15
<i>Projektutvärdering</i>	16
Uppföljning och utvärdering.....	16
Externt stöd vid slututvärdering	16
<i>Slutsatser</i>	18
Branschens förutsättningar	18
Morgondagens medarbetare.....	18
Kompetensattraktion	19
<i>Efter projektslut</i>	20

Sammanfattning

Jämtland Härjedalen Turism (JHT) har under drygt fyra år genomfört projektet Morgondagens medarbetare 2.0. Projektet har fokuserat på näringens behov av kompetensförsörjning genom att arbeta med dess status, nya former för kompetensutveckling och rekrytering samt med frågor som handlar om näringens fortsatta utveckling och framtida kompetensbehov. Projektet har också utrönt vad som krävs för att som företag bättre kunna attrahera både morgondagens medarbetare och ledare.

Projektet fick en närmast panikartad start med en blixtsatt utbildning för företagare som stod utan gäster vid pandemins utbrott 2020. Därefter har projektverksamheten övergått till ett mer strukturerat arbete enligt plan inklusive en förlängning till april 2023. Projektet har grunden i de 12 behov och prioriteringar i form av fyra huvudaktiviteter som kom fram via förstudien som föregick projektet.

Branschöverskridande samverkan är modellen för att lyckas med det fortsatta arbetet med kompetensförsörjningen i länet. Det måste även ske i nära samverkan med utbildningssidan. Inflyttningen och även arbetskraftsinvandring är nödvändig för att klara av de framtida behoven av kompetens. Jämtland Härjedalens egen attraktionskraft i form av fin natur och fjäll samt olika naturrelaterade aktiviteter är tillsammans med gott ambassadörskap, attraktiva arbetsgivare och utbildningar avgörande för att locka rätt kompetens i framtiden.

Kompetensattraktion är ingenting som vi kan bli "färdiga med". Det är en obligatorisk del av Jämtland Härjedalen om vi fortsatt önskar att besöksnäringen ska kunna vara den motor för platsattraktion som den är i dag. Modellen är således att se kompetensattraktion som en del i basverksamheten och inte som en del i ett projekt, oavsett om det gäller JHT eller om det är en destinationsorganisation eller ett enskilt företag inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Efter projektslut kommer JHT att fortsätta arbetet med att bidra till kompetensförsörjningen inom besöksnäringen i länet på olika sätt. Det kommer närmast att ske inom det branschråd som kommer att etableras inom Handelskammaren Mittsveriges branschöverskridande projekt "Kompetenskompassen".

Inledning

Bakgrund

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen en basnäring, som årligen sysselsätter närmare 8 000 personer och med tydlig målsättning att öka andelen internationella gäster. Omsättningsökningen i näringen har de senaste 10 åren varit över 50 % och målen i den regionala besöksnäringstrategin beskriver en fortsatt stark utveckling fram till år 2030. En del i strategin är att hantera de fortsatta kompetensbehoven vilket är både en fantastisk möjlighet men också en utmaning då besöksnäringen i Jämtland Härjedalen behöver ca 1 500 nya medarbetare fram till 2030. Detta kräver ökad förståelse för både dagens och framtidens kompetensbehov, varför och hur vi bäst ska arbeta med kompetensförsörjning men också för vad som krävs för att vi ska attrahera framtidens medarbetare och ledare och kunna fortsätta att utveckla besöksnäringen i en hållbar och ansvarsfull riktning byggd på sunda värderingar och ett inkluderande arbetssätt.

Mot bakgrund av ovanstående, och den konkurrens avseende kompetensförsörjning som redan idag råder mellan besöksnäringen och övrig arbetsmarknad påbörjades en förstudie, "Morgondagens medarbetare", i oktober 2018. Förstudien föregicks i sin tur av ett "position paper", formulerat gemensamt i Swetourgruppen 2017 (referensgrupp med olika aktörer från både näringslivet och utbildningssidan) som under en rad år samarbetat kring frågor om kompetensförsörjning och arbetsmarknad kopplade till besöksnäringen.

Syfte

Syftet är att genom insatser inom de formulerade aktiviteterna skapa förutsättningar för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen att möta de stora behoven inom området kompetensförsörjning och att bidra till att uppnå målen avseende Hållbar tillväxt och Smart tillväxt så som de uttrycks i den regionala utvecklingsstrategin och avseende kompetensförsörjning så som de uttrycks i det regionala tillväxtprogrammet.

Mål

Projektets mål är att förbättra kompetensförsörjningen till företagen inom besöksnäringen i Jämtland/Härjedalen genom arbete i fyra aktiviteter. De fyra aktiviteterna är baserade på tolv identifierade behov framtagna i samverkan med olika aktörer inom branschen. Projektmålet innefattar även att inom respektive aktivitet utveckla minst en långsiktigt hållbar modell, inkl. ansvarsfrågan, för fortsatt arbete med frågorna efter projektets slut.

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, coaching och trainee-verksamhet i syfte att förse näringen med ökad kompetens främst på ledningsnivå.
- Förbättrad kompetensförsörjning genom utvecklande former av matchning mellan arbetsgivare och medarbetare oavsett etnisk eller annan bakgrund.

Arbetsätt

För att säkerställa att projektet bidrar till en fortsatt hållbar och ansvarsfull utveckling av besöksnäringen med ett inkluderande arbetsätt har den av JHT producerade Värdeguiden använts både inledningsvis och under arbetets gång.

Löpande information och resultatspridning har skett via befintliga kanaler hos JHT och referensgruppen, regelbundna uppföljningsmöten samt via olika förekommande nätverk. Uppföljning och utvärdering har skett löpande både internt och med hjälp av externt stöd med utgångspunkt från projektets mål, delmål och indikatorer.

Projektet har fungerat som en brygga mellan näringen och utbildningssidan. Projektledningen har varit involverad i olika nätverk, branschråd och andra projekt samt insatser som berör kompetensförsörjningen.

Enkäten "Kompetensbarometern" har varit ett bra sätt att mäta turistföretagens kompetensbehov och den har även gett vägledning för att genomföra de olika insatserna inom projektets fyra aktiviteter.

Målgrupp

Projektets primära målgrupp har varit företag inom besöksnäringen, inklusive destinationsbolag eller motsvarande. Sekundär målgrupp har varit andra aktörer inom besöksnäringen som t.ex. utbildningsleverantörer.

Projektförlängning och projektförändring

Projektet har förlängts en gång och budgeten för studieresor har först minskats och sedan ökats när pandemirestriktionerna upphörde. Det planerade erfarenhetsutbytet med Gotland kunde därför genomföras.

De fyra aktiviteterna

De tolv behov som identifierades i förstudien resulterade i följande fyra aktiviteter.

1. Att arbeta inom besöksnäringen

Aktiviteten har syftat primärt till att utveckla och förstärka branschens status. Arbete med referensgrupp och andra aktörer samt regioner, dialog med politik och andra viktiga intressenter för att påverka utbildningssystemet i en riktning som bättre svarar mot besöksnäringens behov och stärker dess företag.

Delaktiviteter:

- Etablering av ett mötesforum som en modell för återkommande dialog och samarbete i frågor kring kompetensförsörjning.
- Uppbyggnad av underlag och argument för påverkansarbete genom omvärldsbevakning, erfarenhetsutbyte, utbytesprogram och studieresor för lärande av goda exempel även internationellt.
- Löpande kommunikationsinsatser i olika kanaler och former avseende branschens karriärvägar och utvecklingsmöjligheter.

2. Kompetensutveckling

Aktiviteten har syftat till att utveckla och stimulera till nya lösningar för att minska gapet mellan utbildningsutbudet och näringens behov. Särskilt fokus på ledarskap i olika former inom företag och destinationsbolag. Målgruppen avseende medarbetare är här främst de som finns inom besöksnäringen, inkl säsongsanställda, på olika nivåer och i olika roller.

Delaktiviteter:

- Utvecklade former och modeller för mentorskap, coaching, praktik, samordning mellan säsongsvist arbete och utbildning mm.
- Avseende traineelösning har målet varit att ett initiativ inom detta projekt ska övergå till att genomföras i separat projekt som på sikt kan utgöra en modell för ett traineesystem för besöksnäringen på i första hand på universitetsnivå.
- Erfarenhetsutbyte genom studiebesök och studieresor.

3. Rekrytering

Utveckling av former och modeller kopplat till rekrytering, matchning och "employer branding" Målgruppen har här främst varit arbetssökande eller möjliga nya medarbetare, inkl nyanlända svenskar.

Delaktiviteter:

- Utveckling och klargörande av roller och ansvar i samarbetet mellan destinationer, företag, Arbetsförmedling m.fl. aktörer avseende rekrytering, matchning etc.
- Fördjupad dialog och utveckling av utökat samarbete med rekryteringsföretag.
- Etablering av poolsystem, eventuellt i samarbete med rekryteringsföretag, som en modell för att tillgodose mer kortsiktiga kompetensbehov som alternativ till anställning eller fortbildning inom företaget.
- Insatser inom "employer branding" för att skapa attraktiva arbetsplatser och arbetsgivare. Utvecklad introduktion av nyanställda för att även därigenom skapa en bild av en seriös näring.

4. Framtidens besöksnäring

Aktiviteten har syftat till att diskutera och problematisera framtidens arbetsmarknad inom besöksnäringen. Hur möter vi och tillvaratar en ökad digitalisering, utveckling av artificiell

intelligens (AI), den demografiska utvecklingen, nyanländas kompetens, klimat- och miljöfrågan mm? Hur bör vi arbeta för att omsätta spaningar och insikter i konkret handling?

Delaktiviteter:

- Kompetensuppbyggnad i framtidsfrågor för projektets deltagare genom nyttjande av förekommande framtidsstudier som t ex www.visitthefuture.se samt extern kompetens.
- Seminarier kring ovanstående frågor om framtidens arbetsmarknad och de krav på kompetens den kommer att ställa.
- Tydliggörande av en modell för hur och i vilken riktning roller och ansvar inom området framtida kompetensförsörjning bör utvecklas samt hur näringsens attraktionskraft ska öka även på längre sikt.
- Kommunikationsinsatser i olika former.

Insatser inom de fyra aktiviteterna

Nedan presenteras översiktligt insatser som genomförts inom de fyra aktiviteterna.

Övergripande artiklar

Sammanfattande artikel.

<https://jht.se/jht-besöksnaringen-kompetensforsorjning-utbildning-turism-anstallningsbarhet/>

Slutworkshop i samverkan med Handelskammarens projekt "Kompetenskompassen" och Region Jämtland Härjedalens projekt "En attraktiv region".

<https://jht.se/slutworkshop-morgondagens-medarbetare-kompetensforsorjning-besöksnaringen/>

100 jobb inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

För att beskriva att turism är så mycket mer än Hotell- och restaurangnäringen så beslöt vi oss för att ta fram en bild som beskriver mångfalden av yrken inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. De mörkröda representerar direkt associerade yrken, de vita är semidirekta och de grå är yrken som är absolut nödvändiga för turismen i vår region – men som kanske inte räknas in vid en första anblick.

<https://jht.se/100-jobb-inom-besöksnaringen-i-jamtland-harjedalen/>



Personporträtt och film

Totalt 32 personporträtt har tagits fram för att lyfta fram goda exempel och locka rätt medarbetare till utbildningar och yrken inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Personporträtt.

<https://jht.se/personportratt-besoksnaringen/>

Film.

<https://jht.se/film-for-att-attrahera-morgondagens-medarbetare/>

Turismdagen

För att lyfta fram besöksnäringen i Jämtland Härjedalen mer så etablerade vi Turismdagen (som nu är årligt återkommande) genom ett kompetensforum med fokus på ledarskapet.

<https://jht.se/turismdagen-jamtland-harjedalen-18-okt-2021/>

Kompetensbarometern

Kompetensbarometern är en undersökning som kartlagt företagets behov gällande kompetensförsörjningen inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen vid fyra tillfällen under projektperioden.

<https://jht.se/kompetensbarometern/>

Studiebesök och erfarenhetsutbyte med Gotland

Jämtland Härjedalen och Gotland har i långa tider haft ett utbyte av aktörer mellan vintersäsongen i Åre och sommarsäsongen på Gotland och ett flertal aktörer har verksamhet i båda regionerna. Vi har därför genomfört ett erfarenhetsutbyte med fokus på kompetensförsörjningen.

<https://jht.se/rapport-erfarenhetsutbyte-gotland-23-25-maj-2022/>



Deltagare från Gotland och Jämtland Härjedalen framför Pippi Långstrumps hus på Kneippbyn utanför Visby.

Utbildning av Studie- och yrkesvägledare och information på skolor/utbildningar

Studie- och yrkesvägledare (SYV) är nyckelpersoner för att vägleda elever och studenter in i yrkeslivet. Vi har genomfört workshops med alla SYVar i länet och försett dem med relevant information och underlag om besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. 800 elever/studenter har fått information om besöksnäringens historik, betydelse, karriärvägar och tips för att bli anställningsbara.

Information till turismstudenter.

<https://jht.se/turismstudenter-pa-besok-hos-jht/>

Samlingssida med material för att kunna berätta om besöksnäringen i samband med utbildningar och studie- och yrkesvägledning, en kunskapsmodell för framtida kompetensförsörjning.

<https://jht.se/beratta-om-besoksnaringen-samlingssida/>

Analys av pandemins effekter

Vid två tillfällen har vi genomfört analyser av hur pandemin har påverkat kompetensförsörjningen under pandemin.

<https://jht.se/15-ar-med-covid-19-jamtland-harjedalen-har-3e-basta-gastnattsutvecklingen-i-sverige/>

Rekryteringsmodeller

Under projektets gång har vi identifierat och analyserat olika modeller för rekrytering.

Lofsdalsmodellen.

<https://jht.se/lofsdalsmodellen/>

Skistarmodellen.

<https://jht.se/skistarmodellen-for-rekrytering-och-kompetensforsorjning/>

Gigleer- app för rekrytering och matchning.

<https://jht.se/gigleer-ett-latt-satt-for-arbetsgivare-och-arbetstagare-att-hitta-varandra/>

Rekryteringsinsatser

Inom projektet har vi bidragit med konkreta insatser för att hjälpa företag och medarbetare att hitta varandra.

Säsongsjobb i kombination med utbildning.

<https://jht.se/sasongsjobb-i-kombination-med-utbildning/>

Tips för praktikanordnare.

<https://jht.se/tips-for-praktikanordnare/>

Rekryteringsevent.

<https://jht.se/rekryteringstraff-speed-date-hotell-och-restaurang/>

Tips för att bli anställningsbar.

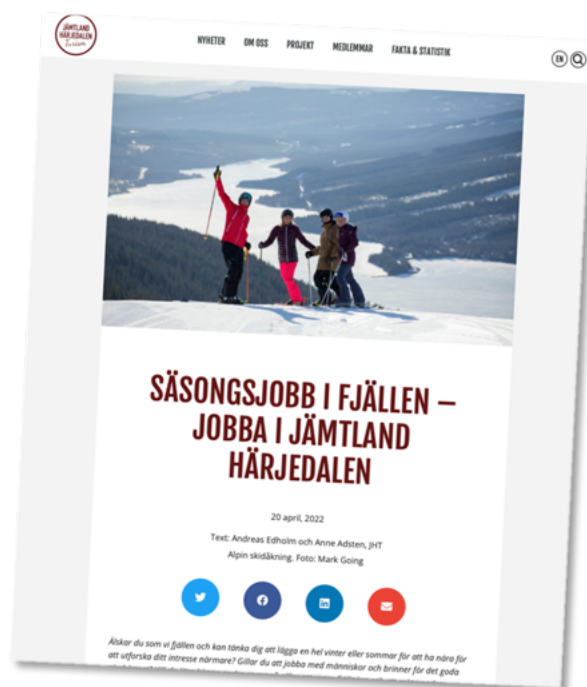
<https://jht.se/10-tips-jobb-bli-anstallningsbar-i-besoksnaringen/>

Säsongsjobba i fjällen. Tips och råd för arbetssökande samt en samlingsida för lediga jobb.

<https://jht.se/sasong-i-fjallen-jobba-i-jamtland-harjedalen/>

Digital rekryteringskampanj i samverkan med projektet "En attraktiv region".

<https://jht.se/rekryteringskampanjer-besoksnaringen-jamtland-harjedalen-vedaldalen-lofsdalen-funasfjal/>



Inventering av utbildningar

Säsongsjobb i kombination med utbildning.

<https://jht.se/sasongsjobb-i-kombination-med-utbildning/>

Turismutbildningar i Jämtland Härjedalen.

<https://jht.se/turismutbildningar-i-jamtland-harjedalen/>

Kompetenshöjande insatser

Vid inledningen av projektet kom pandemin med dess restriktioner och då fick vi snabbt ställa om och genomföra en kompetenshöjande insats för några av de som blev friställda (Turism Post Corona). Vi har genomfört närmare 100 seminarier och workshops inom olika ämnen som har med kompetensförsörjningen att göra men framför allt olika insatser för att utveckla ledarskapet inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Turism Post Corona.

I samband med pandemiutbrottet skapades ett kursutbud tillsammans med Höga kusten och Destination Sundsvall; "Turism Post Corona", för företagare inom besöksnäringen som fick tillfälle att vidareutbilda sig när deras verksamhet lamslogs. <https://jht.se/succe-for-utbildningen-turism-post-corona/>

Föreläsningsserie.

<https://jht.se/forelasningsserie-mma-2-0-hosten-2020/>

Ledarskapsprogram.

<https://jht.se/jht-academy-tema-ledarskap-10-maj-2022/>

<https://jht.se/jht-academy-maj-2022-ledarskapsdag-pa-froso-park-hotel/>

<https://jht.se/14-nya-unga-diplomerade-ledare/>

Horisontella kriterier

Värdeguiden - som en röd tråd

Projektet har verkat utifrån den Värdeguide som sedan tidigare finns framtagna inom JHT (projekt Turism 2030, år 2017). Värdeguiden ger praktiska exempel på hur regionen ska kunna verka för fler hållbara och inkluderande upplevelser, både i kommunikation och vid produkt- och tjänstedesign. Miljömedvetenheten är relativt hög bland turistinformatörer och företagare inom besöksnäringen – men vi kan alla bli bättre på att titta mer på att öka "Flervärdet" via besöksnäringen och även inkludera social och ekonomisk hållbarhet.

Integration och mångfald

Besöksnäringen är en bransch med stor mångfald och ofta en bransch som verkar för ökad integration. Projektet har därför syftat till att ytterligare öka integrationen och mångfalden. Detta då ett framgångsrikt arbete för att lösa det stora rekryteringsbehov som finns inkluderar att underlätta de nyanländas insteg i näringen.

Jämställdhet

Kompetensförsörjning, rekrytering och möjlighet till egen utveckling som medarbetare är en grundfråga för ökad jämställdhet och ska genomsyra arbetet inom projektet. Till grund för det ska bland annat JHT:s "Värdeguide" användas i samband med uppstart, olika aktiviteter och uppföljning.



Indikatorer

Mål för indikatorerna

- Antal företag som får stöd: 100 företag beräknas vara delaktiga i projektet.
- Antal företag som får annat ekonomiskt stöd än bidrag: 100 företag. Projektets mål är att förbättra kompetensförsörjningen inom besöksnäringen genom arbete inom de fyra aktiviteterna.
- Antal nya företag som får stöd: 30 företag beräknas vara delaktiga.
- Sysselsättningsökning i företag som får stöd: 100 heltidstjänster. Projektet ska bidra till att företagen som är delaktiga i projektet får bättre förutsättningar för att nyanställa, behålla och vidareutbilda personal.

Måluppfyllelse

139 unika företag (mål: 100) har varit delaktiga i projektet och av dessa är 16 (mål: 30) företag nystartade under de tre senaste åren. En förklaring till att projektet inte nått det uppsatta målet för nystartade företag är att det inte startats så många nya företag under pandemin.

Att mäta och följa upp hur projektet har påverkat sysselsättningsökningen bland delaktiga företag är svår att mäta exakt. Projektet har i sin helhet skapat bättre förutsättningar för de aktörer som varit delaktiga när det gäller rekrytering av nya medarbetare. Vi kan peka på konkreta insatser som genomförts i projektet som inverkat positivt på sysselsättningsökningen. Dessa är t.ex. speed-date-eventet, personporträtten, ”reklamfilmen”, artikeln med platsannonser, delaktighet i ”En attraktiv regions” digitala rekryterings-kampanjer.

Coronapandemin har såklart påverkat även besöksnäringen i Jämtland Härjedalen totalt sett vilket vi har följt upp genom två mer djupgående analyser. Jämtland Härjedalen klarade sig relativt bra trots minskat antal utländska gäster och då framför allt från Norge. Svenskarna semestrade mer inom landet och en del stugägare bodde mer eller mindre i sina fjällstugor under det första pandemiåret. Visst har pandemin påverkat kompetensförsörjningen negativt men många kunde ändå behålla nyckelkompetens tack vare olika stöd och rationaliseringar och sedan börja återanställa timanställd personal allteftersom restriktioner släpptes.

Enligt ”Fakta om turismen” som JHT årligen tar fram var projektets utgångspunkt 4 700 helårsarbeten inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Enligt den senaste tillgängliga beräkningen för 2021 så är samma siffra 7 700 helårsarbeten. Den 64%-iga ökningen kan självklart inte helt tillskrivas projektet, men projektduon är övertygade om att en viss andel av dessa har projektet att tacka för utvecklingen.

Inom projektet ställde vi om snabbt till digitala möten, kompetenshöjande insatser och workshops och kunde på så sätt genomföra projektet. Den inledande insatsen ”Turism Post Corona” gav några av de som blev friställda i början av pandemin en möjlighet till att höja den egna kompetensen i en mängd olika områden.

Projektledningen anser att vi har kunnat uppfylla målen inom projektet väl trots förändrade förutsättningar under framför allt den första halvan av projektet.

Aktiviteter och deltagande

- Fem workshops med referensgruppen SWETOURL med totalt 100 deltagare.
- Tre workshops med Studie- och yrkesvägledare.
- Ett tjugotal besök på skolor/utbildningar med ca 800 elever/studenter.
- 35 deltagare på slutworkshopen.
- Arrangemang av Turismdagen med 74 deltagare.
- 30 deltagare i Jämtland Härjedalen (plus ca 150 deltagare från Höga Kusten och Sundsvall) på kompetenshøjningsinsatsen Turism Post Corona.
- Delaktiga på kompetenshøjningsinsatsen inom ledarskap: 55 st (Frösö Park och workshops).
- Mentorprogrammet på Mittuniversitetet.
- Totalt närmare 100 seminarier och workshoppar har genomförts.
- Ca 100 företag har utvecklat sitt ledarskap tack vare projektet.

Informationsspridning

- JHT nyhetsbrev har skickats ut till ca 1 000 prenumeranter var tredje vecka under hela projektperioden.
- 84 artiklar har producerats inom ramen för projektet på jht.se. Artiklar som är sökbara även framåt till förmån för fortsatt kunskapsspridning.
- Turismdagen.
- Närmare 100 seminarier och workshoppar.
- JHT:s LinkedIn kanal samt facebook.
- Mail & telefon.
- I samband med JHT presentationer & event.
- JHT:s styrelse har fått rapportering.
- 32 porträtt av mer eller mindre kända aktörer inom besöksnäringen, deras karriärvägar och hur de ser på kompetensattraktion inom turism. Porträtten finns både i filmatiserad form, som professionellt skrivna artiklar och artiklar framtagna av projektledarna. Filmen har laddats ner ca 300 gånger och använts vid olika sammanhang både inom projektet och i JHTs verksamhet. Statistik från webben visar att porträtten visats ca 34 000 visningar (per 23-03-30).
- Projektduon nominerades till Årets Studentfavorit vid Östersunds företagargala Guldgalan 2020.
- Den kanske tydligaste bilden som projektduon skapat för att visa karriärmöjligheter inom turismnäringens är "100 jobb" som visar de 100 yrken som finns inom Jämtland Härjedalens besöksnäring. Bilden har använts av MIUN vid diskussioner både för att utveckla turismprogrammet och i kontakt med studenter för att visa "vad man kan bli efter utbildning".

JHT nyhetsbrev är en stomme för kommunikation

Information om projektet och möjligheter via projektet har kommunicerats kontinuerligt via JHT:s nyhetsbrev. Tack vare att det levererar nytta för prenumeranterna så har det utvecklats till JHT:s viktigaste kommunikationskanal och antal prenumeranter ökar kontinuerligt. Även resultaten av projektinsatser har kommit prenumeranter av JHT nyhetsbrev tillgodo samt besökare på JHT:s hemsida då artiklar och rapporter om projektet publiceras på jht.se och sprids via nyhetsbrevet, i kombination med länkar till mer läsning om trender, omvärldsbevakning och nyheter inom digital kommunikation.

JHT:s nätverk har aktivt spridit information och kunskap vidare

Naturligtvis spelar det roll att JHT har ett starkt nätverk och ett gott förhållande med sina medlemmar. Utan destinationsföreträdares, kommunala tjänstepersoners och organisationers medverkan till att sprida information om möjligheterna via projektet hade inte lika många intressenter nåtts. Dessutom har projektledningen nyttjat digitala kunskaper om hur man når ut via exempelvis Facebook och LinkedIn evenemangsfunktion som ytterligare gjort att projektet kunnat nå nya intressenter: de som inte ingår i etablerade destinationsorganisationer samt de som är nya i branschen och nyss startat eller funderar på att starta företag inom besöksnäringen.

Kommunikationssystem

Projektinsatserna och resultatet har systematiskt renderat artiklar på jht.se och dessa har spridits via både JHT nyhetsbrev och JHT:s LinkedIn-kanal. Artiklarna är sökbara via Google med särskild vikt nedlagd på att vara så "Google-vänliga" som möjligt (SEO-anpassade) för att hittas av en bred målgrupp: regionens turismaktörer, beslutsfattare, tjänstemän, media och studenter med intresse för turism.

Projektinsatser har kommunicerats via JHTs ordinarie verksamhet och aktiviteter, men framför allt vid slutworkshopen som genomfördes i samverkan med Region Jämtland Härjedalen och Handelskammaren. Projektets finansörer har synliggjorts i tal och skrift, via logotyper på Powerpoint-presentationer, informationsmaterial, nyhetsbrev, jht.se m m. En slutrapport finns vid projektslut tillgänglig via Jht.se under den särskilda fliken för projektinformation samt så förmedlas den i populärformat via JHT nyhetsbrev och LinkedIn samt kommuniceras till media.

I tillägg har information gått ut via mail och telefon. Projektledningen känner att projektet via detta fått uppskattning hos målgruppen och att insatserna även gjort avtryck utanför regionen där andra har planer på att göra liknande insatser.

Årets studentfavorit

Projektet nominerades till Årets Studentfavorit bland studenter på Mittuniversitetet vid Guldkalan 2020, vilket var en uppskattad bekräftelse på att projektet hade nått ut till målgruppen inom utbildningssidan.

<https://jht.se/jht-finalist-i-guldkalan-2020/>



Projektledarna Anne Adsten och Andreas Edholm. Foto: Johannes Adolfsson.

Projektutvärdering

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering av projekts insatser har skett löpande under projektperioden genom;

- Regelbundna interna möten inom projektledningen och JHT.
- Workshops med referensgruppen SWETOURL.
- Via uppföljning genom telefon och mail med deltagare vid de olika aktiviteter som genomförts.
- Statistik från web och sociala medier.
- Statistik från rekryteringskampanjen i samverkan med "En attraktiv region".
- Enkäten Kompetensbarometern.
- Projektledningen köper tjänst av JHT:s upphandlade konsultföretag Klyo AB för att få ytterligare hjälp att utvärdera projektets förmåga att nå uppsatta mål. Se vidare nedan.

Extern stöd vid slututvärdering

Under projektets slutfas har av Per-Anders Nybond från Klyo AB deltagit som sakkunnig gällande utvärdering och supportat projektet vid uppföljnings- och utvärderingsinsatser samt i slutrapporteringen. Syftet med en extern sakkunnig inom utvärdering är en del i JHT:s arbetssätt - som en medlemsägd aktör med många offentligfinansierade projekt - för att skapa god kvalitet, hög trovärdighet och transparens i utvärderingsarbetet. I nedanstående text har Per-Anders reflekterat över bakgrund och utvärderingsinsatser.

Bakgrund och projektplaneringsmetod

Projektet bygger på en förstudie med en problemanalys, vilken ligger till grund för projektgenomförandet. I övergången från förstudie till ansökan användes LFA-metoden för att gå från identifierade problem och orsaker till mål och delmål, vilket därefter varit styrande i projektets genomförandefas. Som framgår i slutrapporten, har projektet väl kunnat arbeta med delmålen men samtidigt behövt vara lyhörda och flexibla samt samarbetsvilliga och ofta nytänkande för att på bästa sätt arbeta mot projektets mål. Förstudien och problemanalysen har varit en styrka för projektet och väl kompletterat projektansökan som ett styrdokument för projektledningen.

Utvärderingsinsatser - Gemensam analys för utveckling

SWETOURL-gruppen har varit en viktig referensgrupp och bidragit med förankring, spridning och utveckling i projektarbetet. Gruppen har också använts i projektets uppföljnings- och utvärderingsarbete med en "sakkunnigroll" för projektområdet. Att använda en grupp med kvalificerade och sakkunniga inom ett projektområde är en väl beprövad och ofta framgångsrik metod för att kombinera utvecklings- och utvärderingsarbete. Vid ett av gruppens möten under hösten 2022 avsattes tid för en utvärderingsinsats under ledning av en workshopledare (sakkunnig för utvärderingen). Denna insats* syftade till att strukturerat samla in deltagarnas synpunkter och erfarenheter utifrån sina respektive perspektiv. Insatsen gav värdefulla inspel till både utvärderingen och till projektets utvecklingsarbete.

* *Frågeställningar vid utvärderingsinsatsen:*

1. Vad är nyttan med arbetet och aktiviteterna i MMA 2.0?

- *Varför har det varit viktigt att arbeta med dessa typer av insatser? Varför är de relevanta?*
- *Är det någon särskild del som har varit viktigare än någon annan?*

2. Finns det några konkreta exempel på resultat, d.v.s. små eller stora förändringar, som projektet har bidragit med?

Under vintern 2023 genomfördes ytterligare insats med SWETOURL-gruppen kompletterad med fler aktörer från Region Jämtland Härjedalen, Mittsvenska Handelskammaren m.fl. samt genom projekten *En attraktiv region* och *Kompetenskompassen*. Detta tillfälle var en del av projektets resultat- och implementeringsarbete; att i regionen samverka (över bransch- och sektorsgränser) för kompetensförsörjningen. Vid träffen genomfördes en workshop för utvärdering och implementering med fokus på tre frågeställningar:

- Vad vill vi uppnå på längre sikt med det fortsatta kompetensförsörjningsarbetet?
- Vilka resurser finns för kompetensförsörjningsarbete, t.ex. aktörer, verksamheter och projekt?
- Roller och ansvar – vem kan ta vidare projektresultaten och vem bör göra det?

Resultat sammanställdes och blev input till utvärderingen, underlag till projektets implementering och för det fortsatta arbetet med kompetensförsörjningsfrågor i regionen. Tillfället var också viktigt för samverkan och spridning.

Sammanfattningsvis har projektledarduon drivit och utvecklat projektet med ett arbetssätt som bygger på att löpande reflektera och utveckla. Projektets mål har varit ledstjärnan för projektets aktiviteter.

Slutsatser

Branschens förutsättningar

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen har som bransch sina egna begränsningar och utmaningar när det gäller kompetensförsörjningen. Branschen består av många små livstilsföretagare som inte alltid har ambitionen att växa och utveckla sin verksamhet. De större företagen tillsammans med destinationsorganisationerna måste därför ta ett större ansvar kring kompetensförsörjningen, vilket i sin tur hjälper de mindre företagen.

Löneläget och säsongsansvariationer kan också bidra till att det är svårare att rekrytera rätt kompetens. Samtidigt har branschen många konkurrensfördelar som vi försökt lyfta fram inom projektet och då framför allt genom filmen och personporträtten.

Branschöverskridande samverkan är modellen för att lyckas med det fortsatta arbetet med kompetensförsörjningen i länet. Det måste även ske i nära samverkan med utbildningssidan. Inflyttningen och även arbetskraftsinvandring är nödvändig för att klara av de framtida behoven av kompetens. Jämtland Härjedalens egen attraktionskraft i form av fin natur och fjäll samt olika naturrelaterade aktiviteter är tillsammans med gott ambassadörskap, attraktiva arbetsgivare och utbildningar avgörande för att locka rätt kompetens i framtiden.

Personliga egenskaper är viktiga i en servicebransch som besöksnäringen. Både utbildningar och företag behöver hålla hög kvalitet och stark attraktionskraft. Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen blir fortsatt framgångsrik om man arbetar vidare på den inslagna vägen för att locka rätt kompetens. *Besöksnäringen är en riktig bransch med riktiga arbeten och riktiga karriärvägar.* Tack vare projektet så har kompetensförsörjningen hamnat i ljuset på ett helt annat sätt än tidigare.

Morgondagens medarbetare

Generation Z (födda mellan 1997 och 2012) är den generation som just nu påbörjar sitt yrkesliv. De brukar beskrivas som den första riktiga digitala generationen och har inte något minne av en analog värld. På gott och ont är de vana vid den digitala världen. De har en kraftfull intuition för digital teknik, men ibland en bristfällig förståelse för hur den fungerar. (Källa: Kairos Future)

För att locka den här generationen till besöksnäringen krävs att vi har duktiga ledare, attraktiva utbildningar, bra arbetsvillkor samt att vi fortsätter att skapa en positiv bild av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Närhet till ett liv med många aktiviteter i natur och fjäll har en stark attraktionskraft i sig, men för att behålla kompetensen krävs att vi alla tillsammans skapar en stark och positiv kultur kring branschen. Turism bidrar i allra högsta grad till platsattraktivitet och därigenom skapas samhällsnytta i form av att både bofasta och besökare kan ta del av fördelarna, kan trivas, känner att de vill bo kvar/flytta till regionen eller näst bäst, bli en återkommande besökare.

En motsvarighet till trainee-verksamhet skulle kunna vara fenomenet säsongjobb. Det ger arbetsgivaren en chans att se hur en individ passar in och efter säsongen sker ett naturligt avslut eller en förfrågan om individen kan tänka sig att återkomma. Artikeln som belyser hur säsongjobb fungerar i realiteten och tips samt "jobbannonser" är projektets mest lästa.

Inom projektet genomfördes ett erfarenhetsutbyte med Gotland. Många säsonganställda "pendlar" mellan säsongjobb vintertid i Jämtland Härjedalen och Gotland om sommaren. Det finns också arbetsgivare som har rörelser i båda regionerna och som då kan ta med sig arbetskraft eller tipsa nätverk om arbetssökande.

Kompetensattraktion

Kompetensattraktion är ingenting som vi kan bli "färdiga med". Det är en obligatorisk del av Jämtland Härjedalen om vi fortsatt önskar att besöksnäringen ska kunna vara den motor för platsattraktion som den är i dag. Modellen är således att se kompetensattraktion som en del i basverksamheten och inte som en del i ett projekt, oavsett om det gäller Jämtland Härjedalen Turism ekonomisk förening eller om det är en destinationsorganisation eller ett enskilt företag inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Vi inom besöksnäringen behöver alla, fortsatt lyfta branschens hjältar och hjältinnor, belysa karriärvägar och framtidsplaner. Vi behöver också fortsatt lyfta goda exempel på företag inom besöksnäringen som arbetar genomtänkt med kompetensattraktion, utbildningsarrangörer som når fram, metoder som gör det lättare att få arbetstagare och arbetsgivare att hitta varandra och framför allt, lyfta det goda ledarskapet.

Efter projektslut

Framtidens kompetensattraktion är en gemensam angelägenhet. Det är en nyckelfråga inom besöksnäringen som är en personalintensiv bransch. Morgondagens medarbetare ska se besöksnäringen i Jämtland Härjedalen som en viktig och attraktiv bransch att påbörja och även fortsätta sitt yrkesliv inom.

Vi såg tidigt i början av projektet att besöksnäringens kompetensförsörjning inte kan ses som en enskild företagsåtgärd. Därför sökte vi närmare samarbete med Region Jämtland Härjedalens inflyttningsprojekt och Handelskammaren Mittsveriges kompetensförsörjningsprojekt.

De tre samverkande projekten "En attraktiv region", "Morgondagens medarbetare" och "Framtidsvalet" har gett god grund för fortsatt samarbete kring kompetensförsörjningen i Jämtland Härjedalen. Handelskammarens nya projekt "Kompetenskompassen" kommer att fortsätta arbetet med en branschöverskridande samverkan kring kompetensförsörjningen i Jämtland Härjedalen.

JHT kommer att driva arbetet vidare med kompetensförsörjningen i olika former även efter projektslut:

- **JHT nyhetsbrev** kommer att fortsätta att ges ut med länkar till matnyttiga inlägg med ny kunskap om kompetensförsörjningen.
- **JHT LinkedIn**. LinkedIn är en starkt växande kanal för förmedling av insikter som är betydelsefulla i affärslivet – som tidningen Dagens industri där alla uppkopplade har en chans att göra sin röst hörd. JHT kommer fortsatt att förmedla nyheter om kompetensförsörjning i regionen (såväl som andra nyheter).
- **JHT** kommer att fortsätta driva frågor som berör kompetensförsörjningen i basverksamheten samt att vara delaktiga i nätverk och branschöverskridande projekt och grupperingar som arbetar vidare med ämnet.
- **JHT** kommer att ingå i branschråd kring kompetensförsörjningen i Handelskammarens projekt Kompetenskompassen.
- Filmerna och personporträtten lever vidare.
- Underlag för Studie- och yrkesvägledare samt övriga websidor med tips för praktikanter, praktikplatser etc finns kvar på jht.se