



Branschträff Besöksnäring 2026

– Attrahera, utveckla och
behålla rätt personal



REGION
SÖRMLAND

1. Bakgrund

Den 5 mars 2026 arrangerade Region Sörmland Branschträff Besöksnäring på Lindengymnasiet i Katrineholm. Träffen arrangerades för tredje året och samlade representanter från företag inom besöksnäringen, utbildningsanordnare, kommuner, regionen och andra relevanta aktörer för en gemensam dag om kompetensförsörjning i branschen.

I dag finns regionala branschforum inom flera områden, bland annat bygg, fastighet, gröna näringar, IT och digitalisering, tekniska installationer, transport och logistik, vård och omsorg samt besöksnäring. Syftet är att skapa mötesplatser där bransch, utbildning och offentlig sektor kan mötas för att diskutera kompetensbehov, utmaningar och möjliga lösningar. Genom dialog, kunskapsdelning och konkreta exempel skapas bättre förutsättningar att utveckla utbildningar och insatser som matchar arbetsmarknadens behov. Arbetet drivs bland annat genom ett arbetsutskott som ansvarar för att förbereda branschträffar, samla kunskap och driva frågor vidare mellan träffarna. Branschträffarna dokumenteras i rapporter så att insikter och erfarenheter kan delas vidare till utbildningssystemet och andra aktörer som arbetar med kompetensförsörjningsfrågor i regionen.



Temat för årets träff inom besöksnäringen var "Attrahera, utveckla och behålla rätt personal", med fokus på hur besöksnäringen kan stärka sin kompetensförsörjning på både kort och lång sikt.

2. Summering

Branschträff Besöksnäring samlade aktörer från besöksnäring, utbildning och offentlig sektor för att belysa kompetensförsörjningens utmaningar och möjligheter. Dagen bekräftade ett stort rekryteringsbehov, men också utmaningar framför allt gällande matchning och att behålla personal över tid. Samtidigt finns en positiv bild av branschen, särskilt bland unga, även om de ofta ser yrkena som tillfälliga.

Några centrala slutsatser från dagen:

- Kompetensförsörjning kräver fortsatt och stärkt samverkan mellan bransch, utbildning och offentliga aktörer.
- Hur attraktiv arbetsgivaren är gällande exempelvis ledarskap, arbetsmiljö och utvecklingsmöjligheter är mycket viktigt.
- Tidig kontakt mellan elever och arbetsliv stärker både rekrytering och förståelse för yrket.
- Det behövs fler vägar in i branschen och fler insatser för att få personal att stanna kvar.

Sammanfattningsvis finns ett stort engagemang för att utveckla arbetet vidare, där många delar viljan att lägga fokus på långsiktiga och konkreta lösningar för branschens kompetensbehov.

Det är viktigt att alla medverkar så vi inte behöver gissa vad som behövs i en utbildning.

3. Visita: Omvärld och fakta – nuläge och behov

Amanda Rafter Ekenman från Visita – bransch- och arbetsgivarorganisation för svensk besöksnäring – visade på en del statistik för besöksnäringen i Sörmland (siffror från 2024):

- Logiverksamheter (hotell och liknande): 55
- Restaurangverksamheter: 627
- Totalt antal anställda inom ovan: 4 459
- Antal gästnätter: drygt 1 155 000, varav 11,5 procent utländska

Amanda berättade om "Besöksnäringens kompetenskartläggning 2025", en rapport som tagits fram av Universitets- och högskolerådet (UHR) och finansierats av Besöksnäringens Forsknings- och Utvecklingsfond (BFUF). Rapporten pekar på att branschen står inför stora rekryteringsutmaningar. I Sörmland uppger omkring 80 procent av företagen att det är svårt att få tag på rätt kompetens, vilket är högre än i övriga landet.

De största behoven de närmaste åren finns inom yrken som kock, servitör och restaurangbiträde. Särskilt svårt är det att rekrytera till roller som kökschef, souschef, restaurangchef, bagare och sommelier. Men framtidens kompetensbehov handlar inte bara om traditionella yrkesroller. Branschen behöver också medarbetare som kan arbeta med analys, digitalisering och att förutse besöksflöden. 40 procent av de tillfrågade arbetsställena uppger att de kommer att behöva öka antalet anställda under de närmaste tre åren.

Visita lyfte också att 55 procent av företagen inte har några särskilda utbildningskrav vid rekrytering. Det innebär att personliga egenskaper ofta väger tungt, och servicekänsla, rätt attityd och engagemang är särskilt viktiga



förmågor. För att hitta personal använder företagen ofta en blandning av rekryteringsvägar, som exempelvis sociala medier, Arbetsförmedlingen och informella kontakter.

**Totalt kommer
137 000 personer
behöva anställas inom
besöksnäringen inom de
närmaste tre åren, varav
2 500 i Sörmland.**

Kännedom om branschen hos framtidens medarbetare

Sara Andersson från Visita lyfte Ungdomsbarometerns bild av hur unga ser på hotell- och restaurangbranschen. Undersökningen visar att unga har relativt god kännedom om flera yrkesroller i branschen, som hotellreceptionist, servitör och kock. Många kan också tänka sig att arbeta inom dessa yrken. Samtidigt är det betydligt vanligare att se branschen som ett tillfälligt arbete än som en långsiktig karriärväg. Det här är en stor utmaning för besöksnäringen, eftersom så få som 1 av 8 unga betraktar restaurang- och hotellbranschen som en framtidsbransch.

Det som unga upplever som attraktivt är bland annat den sociala och roliga arbetsmiljön. Hotell och restaurang rankas högt som tänkbara arbetsplatser, särskilt utifrån gemenskap, tempo och variation. På den negativa sidan finns en uppfattning av en bransch som kännetecknas av otrygga villkor, obekväma arbetstider och svagt ledarskap.

För att vända bilden och stärka attraktiviteten lyftes särskilt tre områden som viktiga att kommunicera:

- Trygghet – tydliga villkor, kollektivavtal, bra ledarskap, pension och möjlighet till tillsvidareanställning
- Frihet – möjlighet att påverka sitt arbete och känna delaktighet
- Utveckling – tydliga karriärvägar, kompetensutveckling och ett synligt nästa steg

Flera på branschträffen lyfte här vikten av att fler branschföreträdare möter unga direkt och berättar om yrket, arbetsvardagen och möjligheterna i branschen. Yrkesstolthet är en nyckelfaktor för att locka fler.



Antal arbetslösa i Sörmland
i januari 2026:
12 257 personer

4. Arbetsförmedlingen: vikten av att få personalen att stanna kvar

Jesper Schönbeck från Arbetsförmedlingen kompletterade bilden med statistik om arbetsmarknadsläget i länet. Sörmland har fortsatt en hög arbetslöshet jämfört med många andra län, även om arbetslösheten minskat jämfört med föregående år. Samtidigt finns lediga jobb inom besöksnäringen. Vid tidpunkten för träffen fanns 81 lediga tjänster inom turistbranschen i länet, jämfört med 51 året före.

Matchningen mellan arbets sökande och arbetsgivare är en central utmaning. Det är också viktigt att tänka på att alla som är inskrivna på Arbetsförmedlingen och har relevant erfarenhet inte nödvändigtvis är redo att gå direkt ut i arbete. Detta ställer krav på fortsatt stöd, samverkan mellan aktörer och realistiska vägar in i branschen.

Ett viktigt medskick var också behovet av att få fler att stanna kvar i besöksnäringen över tid. Branschen beskrevs som rörlig, och flera deltagare lyfte att personalomsättning och svårigheter att behålla medarbetare är minst lika viktiga frågor som själva rekryteringen.

5. Attraktiva arbetsgivare – att bygga ett starkt erbjudande

Nästa punkt på agendan stod Besöksnäringens Forsknings- och Utvecklingsfond, BFUF, för. Stina Albertsson presenterade olika forskningsrön och verktyg kopplade till arbetsgivarvarumärke, kompetensutveckling och innovation i branschen. Ett centralt tema var employer branding, det vill säga hur företag arbetar strategiskt med sitt arbetsgivarvarumärke för att både attrahera och behålla medarbetare. Stina betonade att det inte bara handlar om enskilda företag, utan också om hur hela branschen uppfattas och vilken roll platsen spelar. Viljan att arbeta och stanna kvar påverkas av samspelet mellan tre nivåer:

- företaget – värderingar, arbetsmiljö, ledarskap och karriärmöjligheter
- branschen – den övergripande bilden av hotell- och restaurangyrken
- platsen – vad orten eller regionen kan erbjuda i livskvalitet och framtidsmöjligheter



Alla tre nivåer behöver samverka, särskilt i mindre kommuner som vill attrahera fler invånare och arbetskraft.

Stina Albertsson lyfte också konkreta exempel på företag som arbetar aktivt med sitt arbetsgivarvarumärke, bland annat Strawberry, Pontus Group och Långbro Vårdshus.

Gemensamt för dessa exempel var ett tydligt fokus på medarbetare, intern kultur, ledarskap och utvecklingsmöjligheter.

Branschkoden

Ett särskilt verktyg som lyftes fram var Branschkoden, en praktisk guide för arbetsgivare med fokus på att rekrytera, introducera, utveckla, engagera och avsluta anställningar på ett strukturerat sätt. Branschkoden är utvecklad av kocken Fredrik Eriksson och beskrivs som ett mycket konkret och användbart stöd för företag i hotell- och restaurangbranschen. Under dagen nämnde flera deltagare vilken värdefull tillgång Branschkoden är för en arbetsgivare.

Även BFUF:s läromedel för elever och lärare, Restauranghantverk med alla sinnen, presenterades. Här betonades skicklighet, yrkeskunskap och stolthet i yrket – ett bra hantverk, precis som för kirurger eller musiker. Att lyfta fram detta är mycket viktigt för både utbildningarnas kvalitet och branschens attraktivitet.

Lyssna, känn, lukta, smaka – det handlar om en djup kunskap som är supersvår att ersätta med AI. Här finns inga language models – det här är inbäddat i människor.

Användbara tips och verktyg:

- HR-verktyget [Branschkoden](#)
- Utbildningar via [VisitaAkademin](#)
- Individuell lönesättning via [Lönepusslet](#)
- [Kockduellen](#)
- [Gymnasie-SM](#)
- Visitas [certifiering av gymnasieutbildningar](#)
- Digitala utbildningarna [Sund arbetsplats](#), [Schyst på jobbet](#)
- [Skolverkets digitala handledarutbildning](#)
- BFUF Play: [Attraktiva arbetsgivare](#)
- [Visitass arbetsgivarguide](#)
- [Ta emot PRAO-elever](#)
- [Visitass mentornätverk](#)

6. Lokala exempel – från teori till praktik

De lokala exemplen gav en konkret bild av hur företag och utbildningsaktörer arbetar med kompetensförsörjning i praktiken.

Lindengymnasiet

Linda Skog, yrkeslärare på Hotell- och turismprogrammet, och två elever från Lindengymnasiet berättade om hur nära samverkan med arbetslivet stärker elevernas lärande och förståelse för yrket. Genom samarbetet med hotell och restauranger får eleverna möta verkliga miljöer, gäster och arbetsflöden tidigt. De får vara med och arrangera stora galor, event och middagar. Ett exempel är upplägget med återkommande dagar på hotell Statt, där eleverna får följa hela kedjan – från planering och mottagande till servering och avslut. Upplägget ger också en bra grund inför kommande APL.

Det personliga mötet med gäster går inte att återskapa på skolan.

Den tidiga kontakten mellan arbetsgivare och elever är värdefull, inte minst när det gäller att motverka osäkerhet kring att ta emot praktikanter. En god introduktion är avgörande, eftersom eleverna mycket väl kan bli framtida kollegor och potentiella medarbetare.

O’Learys

Tanja Nollen från O’Learys Group bekräftade det som tidigare nämnts under träffen: att det är svårt att hitta och behålla kompetens i köket, särskilt kockar. Hon beskrev företagets rekryteringsarbete utifrån tre steg: attrahera, utbilda och utveckla. Det är viktigt att rekrytera på personlighet och attityd, och därefter bygga kompetens genom utbildning. Det tredje steget fokuserar på ledarskap, ambassadörer och kompetensteam.

O’Learys använder en digital lärplattform, workshops och rollspel, där de arbetar med att stärka både service och försäljning. Intern gemenskap är en viktig del av erbjudandet till unga medarbetare, medan tydliga karriärvägar och intern rekrytering är centrala verktyg för att få människor att stanna.

Trosa Stadshotell & Spa

Andreas Turesson, Trosa Stadshotell & Spa, berättade om för- och nackdelarna med att vara en relativt liten verksamhet och verka på en liten ort. Idag har hotellet 44 rum och verksamheten växer. Trosa har flera hotellverksamheter och det är konkurrens om samma personal. Fördelarna man kan locka med som en liten familjeägd verksamhet är familjekänsla, snabbhet i beslutsvägar och tydlig intern kultur. Man har också tagit fram en kultur- och personalhandbok för att tydliggöra förväntningar, arbetssätt och värderingar.

Boda Borg

Boda Borg i Oxelösund har andra typer av utmaningar, berättade vd Emil Viking. Behovet av personal omfattar rörelsens alla områden: upplevelseverksamhet, vandrarhem och äventyrsparc. För att hitta personal har man

startat utbyte med gymnasiet, annonserat efter sommarjobbare och engagerat praktikanter. Emil konstaterade att utvecklingsmöjligheter ofta är viktigare än lön för att få medarbetare att stanna, och att Boda Borg behöver satsa på internutbildning för att snabbare få nya medarbetare på plats i verksamheten.

De lokala exemplen visade på flera gemensamma nämnare: ledarskap, introduktion, utvecklingsmöjligheter och nära relationer är avgörande för att attrahera och behålla personal.

7. Avslutning med dialog

Branschträffen 2026 avslutades med en öppen och givande dialog om utmaningar, vad som fungerar bäst för att attrahera personal och hur man kan jobba mer tillsammans. Engagemanget är stort och det finns en tydlig gemensam vilja att fortsätta utveckla samarbetet framåt.

Många lyfte hur viktigt det är med en effektiv samverkan mellan bransch, utbildning och offentliga aktörer. Inte minst ett långsiktigt samarbete med Arbetsförmedlingen, eftersom man då lättare kan hitta punkter att mötas på och få fördjupade insikter om olika behov. Bättre samordning behövs kring APL och praktik, eftersom skolans upplägg ofta inte matchar branschens säsonger. Exempelvis har hotellen och restaurangerna sin högsäsong på sommaren, när det är svårare med APL. Här poängterades att vuxenutbildningen i vissa fall erbjuder större flexibilitet. Det finns också behov av bättre lokal kunskap om kompetensbehoven och mer mätbar data, till exempel kring personalomsättning. Programråd och andra samverkansforum är bra, men det är viktigt att få med fler företag.

Det är jätteviktigt att ge elever en bra introduktion, de är ju våra potentiella kollegor.





REGION
SÖRMLAND