

# KOMPETANSE OG ARBEIDSKRAFT 2022

Hvordan dekke kompetanse- og arbeidskraftbehovet i reiselivsnæringen mot 2022



## Innhold

Side	3	Velkommen til KAS 2022: Kristin Krohn Devold og Hilde Veum
Side	4	Om rapporten, metode og utvalg
<b>Side</b>	<b>6</b>	<b>Næringens kompetansebehov mot 2022</b>
Side	8	De viktigste utfordringene for næringen i årene som kommer
Side	12	Dekning av behovet for medarbeider og kompetanse
Side	16	Næringens syn på utdanning og eget kompetansenivå
Side	20	Dekning av behovet for kompetanse utenom formell utdanning
<b>Side</b>	<b>24</b>	<b>Reiselivnæringens omdømme og attraktivitet</b>
Side	26	Faktorer som styrer og påvirker unges valg av yrke og utdanning
Side	32	Oppfatninger om næringens posisjon blant unge og foreldrene
Side	37	Målgrupper for rekruttering til reiselivsnæringen
Side	41	Motivasjoner og barrierer for å velge reiselivsnæringen som yrkesvei
<b>Side</b>	<b>47</b>	<b>Konklusjoner og anbefalinger</b>
Side	48	10 konklusjoner
Side	49	6 anbefalinger om veien videre



## Rapporten med alle analyser og anbefalinger er levert av Opinion

*Analyseselskapet Opinion AS har vært ansvarlig for gjennomføring, analyse og rapportering av KAS 2022 prosjektet. Oppdragsgiver er NHO Reiseliv ved Hilde Veum. Opinion har stått fritt til å komme med sine analyser, råd og anbefalinger.*

*Opinions team:  
Ole Petter Nyhaug, partner (rapportering/ analyse)  
Marthe Petersen, analytiker (datainnsamling, analyse)*

*Opinion har også gjennomført to tidligere utgaver av tilsvarende rapport, samt jobbet med en rekke andre relaterte prosjekter og analyser for NHO opp mot rekruttering og unges yrkesvalg.*

## Rettigheter og bruk av data

*Denne rapporten og alt innhold og alle data presentert i den NHO Reiselivs eiendom. NHO Reiseliv står fritt til å tilgjengeliggjøre rapporten, helt eller delvis, overfor både interne og eksterne interessenter, herunder også media og alle medlemsbedrifter. Bruk av data eller funn fra denne rapporten i medier, pressemeldinger, presentasjoner og lignende skal godkjennes av NHO Reiseliv. Selve datagrunnlaget (datasett, SPSS-filer, tabellrapporter) kan ikke tilgjengeliggjøres eller distribueres til noe formål utenfor NHO Reiseliv som juridisk enhet, eventuelt kun etter skriftlig tillatelse fra Opinion.*

*Opinion skal oppgis som kilde i alle interne eller eksterne henvisninger til denne rapporten eller ved bruk av rapportens data, funn, tall og modeller.*

## Velkommen til KAS 2022

KAS 2022 står for Kompetanse- og Arbeidskraftsstrategi mot 2022. Reiselivet sysselsetter 160 000 årsverk, og er blant de næringene i Norge hvor det skapes flest jobber. Reiselivets rolle som en viktig jobbskaper har fått en økt betydning i en tid der andre bransjer nedbemanner eller automatiserer. Siste tilgjengelig tall fra Statistisk sentralbyrå viser at overnatting og servering hadde den største prosentvise sysselsettingsveksten sammenlignet med andre fastlandsnæringer i 2016.

Reiselivsnæringen fortsetter å skape jobber, men har imidlertid et stort behov for faglært arbeidskraft. Norge trenger flere kokker som kan ta vare på den norske matkulturen, og servitører som virkelig kan faget – dette vil sikre kvalitet og god service. Det er helt klart et konkurransefortrinn for en bedrift å ha med faglærte på laget. Reiselivet trenger også folk som kan ledelse, økonomi, markedsføring, digitale verktøy og ikke minst – de som elsker å skape gode opplevelser for andre.

NHO Reiseliv arbeider systematisk for å bedre tilgangen til kvalifisert arbeidskraft for medlemsbedriftene. I rekrutteringsarbeidet jobber vi aktivt som samarbeidspartner med viktige aktører som blant annet Norges Kokkemesteres Landsforening, Foreningen for opplæringskontor til restaurant- og matfag, nærliggende landsforeninger i NHO-familien og andre parter i arbeidslivet.

Selv om fagutdanning i vår bransje ikke kan skilte med de høyeste lønningen, så er de personlige utviklingsmulighetene store. I følge denne rapporten legger unge mest vekt på personlig utvikling, trygghet og et godt arbeidsmiljø når de skal velge yrkesvei – det får de hvis de velger en jobb i reiseliv.

Denne rapporten er utarbeidet av Opinion AS på oppdrag fra NHO Reiseliv. Rapporten beskriver dagens status og fremtidige utfordringer for bedriftenes arbeid for økt rekruttering av kompetent arbeidskraft. Utfordringene møtes ikke kun gjennom økt rekruttering, men også ved å videreutvikle og beholde de som allerede har valgt vår næring.



Kristin Krohn Devold  
*Adm dir NHO Reiseliv*



Hilde Veum  
*Kommunikasjonsrådgiver/  
rekruttering NHO Reiseliv*

## Om denne rapporten

Denne rapporten skal gi en status over situasjonen for tilgang til kompetanse i reiselivsnæringen i dag og de nærmeste årene basert på undersøkelser blant de viktigste gruppene for rekruttering av kompetanse fremover. Vi har undersøkt fra flere perspektiver for å få en best mulig oversikt: Næringen selv, ungdommene, foreldre med barn i som skal inn i arbeidslivet og reiselivsstudenter.

Når vi bruker begrepet "næringen" i denne rapporten, så mener vi alle bransjer og bedrifter i reiselivet. Vi bruker begrepet "bransje" når vi omtaler de fem reiselivsbransjene som er beskrevet nederst på siden.

Vi gir også råd om hva som bør gjøres for å øke rekrutteringen til næringen, og holde på de som er der. Rapporten beveger seg på et overordnet plan og forsøker å dekke hele næringen og alle yrker. Rapporten bygger kun på innsikt og data basert på spørreundersøkelser og trend- og samfunnsanalyser. Vi har ikke inkludert statistikker fra f.eks NAV, SSB, Samordna Opptak, LO, NHO eller bransjenes egne organisasjoner, da dette finnes i andre rapporter og blir kontinuerlig oppdatert.

Vi fokuserer allikevel noe mer på enkelte utfordringer i visse deler av rapporten. Spesielt når det gjelder faglærte og rekruttering til hotell- og serveringsbransjene, som både er store bransjer og samtidig der utfordringene oppleves størst. Spesielt gjelder det kokkeyrket.

Rapportens tre hoveddeler reflekterer de viktigste temaene studien skal bidra til å gi svar på for NHO Reiseliv og medlemsbedriftene.

### 1. Næringens kompetansebehov mot 2022

Hvilke typer kompetanse er viktig? Hvordan ser reiselivsnæringens bedrifter på eget kompetansebehov fremover? Hva skal til for å lykkes med å tiltrekke rett arbeidskraft og hva er barrierene mot å få det til?

### 2. Næringens omdømme og attraktivitet

Hva er bransjens omdømme blant unge og deres foreldre, og hvor attraktiv er reiselivsnæringen som arbeidsplass? Hva legger de unge vekt på når de skal velge yrkesvei, og hva lokker eller skremmer når reiseliv skal vurderes?

### 3. Konklusjoner og anbefalinger

Hva betyr det for næringen og hva bør man gjøre fremover? 10 konklusjoner og 6 anbefalinger om veien videre, basert på solid datagrunnlag og innsikt fra studien.

### Reiselivsnæringens bedrifter er oppdelt slik i *bransjeundersøkelsen*:



**Overnatting**  
hotell, pensjonat, konferanse



**Servering**  
restaurant, café, gatekjøkken, bar, uteliv



**Destinasjon**  
markedsføring av reisemål



**Camping**  
campingplass og hytteutleie



**Event**  
arrangement

Medlemsbransjene *Bilutleie/ transport* og *Kulturell/ kreativ næring* fikk for få svar til å tas inn i rapporten.

### Bransjer og utvalgte yrker er formulert slik i *ungdoms- og foreldreundersøkelsene*:

Hotellbransjen

Restaurantbransjen

Reiseliv (guide, cruise, reisebyrå)

Opplevelsesturisme (natur, kultur, actionsport)

Arrangementsbransjen (event, festival, konsert, kultur)

**De utvalgte yrkene:** Kokk; Servitør/vinkelner; Hotellresepsjonist; Reisebyråmedarbeider; Guide

## Metode og utvalg: Hvem er spurt og hvordan?

Dette er tredje gang denne studien blir gjennomført. Første gang var i 2008, deretter i 2013. Det foreligger "KAS-rapporter" fra begge disse. De finner du på [nhoreiseliv.no/kas](http://nhoreiseliv.no/kas). Opinion har hatt oppdraget også tidligere.

Vi har gjennomført omfattende kvantitativ datainnsamling fordelt på fire målgrupper. Dette utgjør datagrunnlaget i denne rapporten. Ungdoms- og foreldreundersøkelsene er statistisk representative på landsbasis for sine respektive målgrupper. Funn og konklusjoner fra

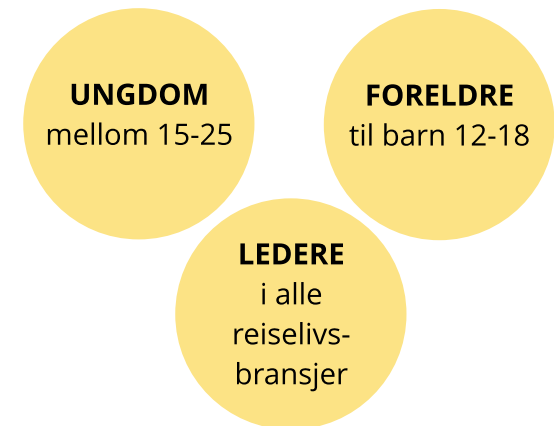
disse er dermed generaliserbare og robuste. Bransje- og studentundersøkelsene er ikke å anse som representative for sine målgrupper, da det er vanskelig å verifisere og praktisk krevende og kostbart i tid og penger.

Bransjeundersøkelsen må tolkes med forbehold: De aller fleste respondenter representerer små bedrifter (som det er flest av i reiselivsnæringen og blant NHO's medlemmer). I statistikken i denne rapporten vil hver av disse telle like mye som et svar fra store kjeder med tusenvis av

ansatte. Vær spesielt varsom med å tolke resultater fra studentundersøkelsen, den har svært få respondenter og disse er hentet fra kun to studiesteder. Det har vært krevende å få inn tilstrekkelig antall svar fra begge disse gruppene.

Det er i tillegg gjennomført dybdeintervjuer med 3-4 informanter fra hver av de samme målgruppene i forkant av den kvantitative studien. Hensikten med disse var å hente oppdatert innsikt og innspill om nye ting vi burde fange opp siden forrige undersøkelse.

	Ungdomsundersøkelsen	Foreldreundersøkelsen	Bransjeundersøkelsen	Studentundersøkelsen
<b>Utvalg</b>	Landsrepresentativt for ungdom 15-25	Landsrepresentativt for foreldre med barn 12-18 år	NHO Reiselivs medlemsbedrifter v daglig leder eller HR (ikke representativt, frivillig/ tilfeldig hvem som har besvart)	Reiselivsstudenter ved NHS Stavanger og Høysk. Kristiania. (Ikke representativt, og for få respondenter til å kunne generalisere).
<b>Antall svar</b>	521	400	196	48
<b>Gjennomføring</b>	Spørreundersøkelse på web via Norstat	Spørreundersøkelse på web via Norstat	Questback utsendt av NHO Reiseliv	
<b>Historikk</b>	Gjennomført i 2008, 2013 og 2018	Gjennomført i 2013 og 2018	Gjennomført i 2008, 2013 og 2018	Gjennomført i 2013 og 2018 (med andre skoler)



For mer informasjon og dokumentasjon om utvalgenes sammensetning, datagrunnlag eller andre metodiske spørsmål, kan du kontakte Hilde Veum i NHO Reiseliv eller direkte til prosjektansvarlig i Opinion: Ole Petter Nyhaug ([olepetter@opinion.no](mailto:olepetter@opinion.no))

# Næringens kompetansebehov mot 2022



Hvilke typer kompetanse er viktig? Hvordan ser reiselivsnæringens bedrifter på eget kompetansebehov fremover? Hva skal til for å lykkes med å tiltrekke rett arbeidskraft og hva er barrierene mot å få det til?

## Oppsummering av hovedinnsikter

- 1 Tilgang til kvalifisert arbeidskraft er blant de fremste utfordringene for næringen.
- 2 Ingen bedring i deknningen av behovet for faglært kompetanse siden 2008.
- 3 Næringen ønsker seg flere med utdanning, men sier utdanning ikke er viktig for suksess og status.
- 4 Gapet i deknningen av realkompetanse er allikevel ikke veldig dramatisk sier næringen selv.

1

Næringens kompetansebehov mot 2022

*De viktigste utfordringene for bransjen i årene som kommer:*

Tilgang til kvalifisert arbeidskraft er blant de fremste utfordringene for næringen.

Næringens bekymringer om økonomi går opp og ned, men utfordringen med å få tak i de rette folkene er konstant. Finnes det løsninger på de største barrierene for rekruttering av unge?





# 47%

av bedriftene mener tilgang til kvalifisert arbeidskraft er blant de største utfordringer fremover



# 78%

av bedriftene sier næringens status er for lav



# 8 av 10

sier lønnsnivået er største hinder for rekruttering



Økonomisk lønnsomhet er en økende utfordring for næringen og har siden 2008 overtatt fra tilgang til arbeidskraft som nummer 1.



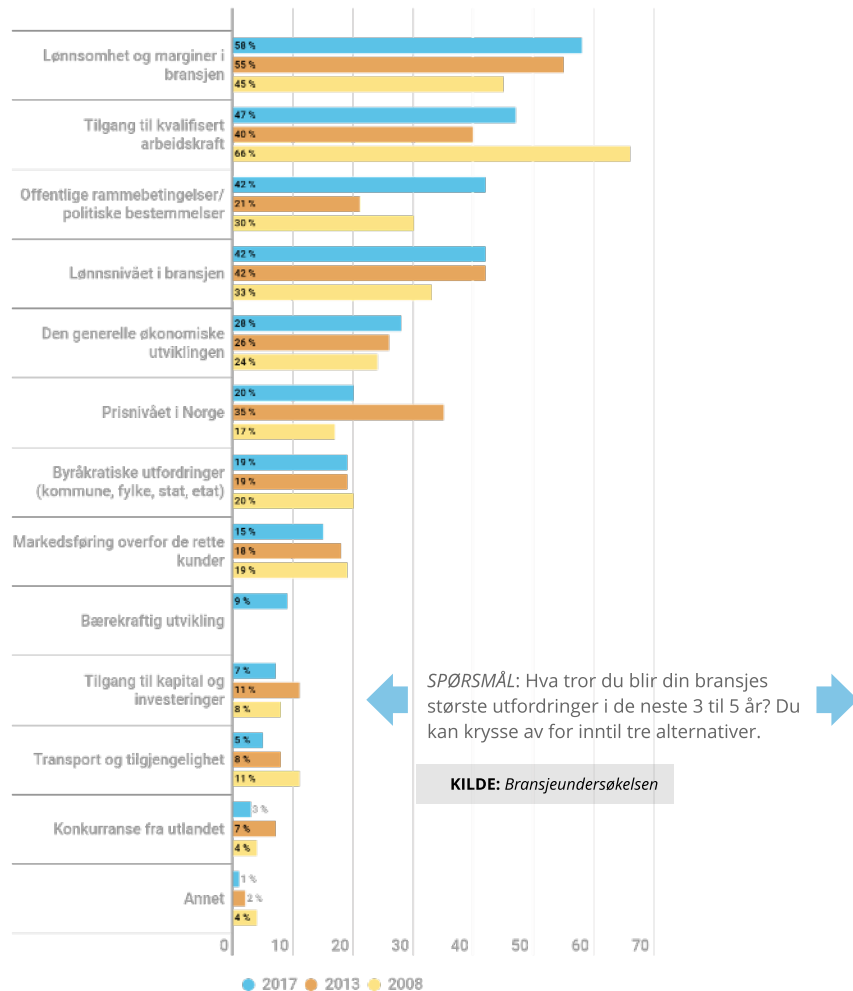
Serveringsbransjen sliter mest med å få tak i kvalifisert arbeidskraft. 66% sier det er en stor utfordring (mot kun 41% i hotellbransjen).



De største barrierene for rekruttering fremover er lønnsnivået, bransjens status og ubekvemme arbeidstider i følge bedriftene selv.

## Økonomisk lønnsomhet er en økende utfordring, med tilgang til arbeidskraft som en "god" nr 2.

- Utviklingen i andel som mener faktorene er en utfordring for egen bransje



### Lønnsomhet er den største utfordringen fremover, kompetent arbeidskraft nr 2

6 av 10 ledere mener lønnsomhet blir største utfordring i egen bransje de neste årene, og andelen har økt jevnt gjennom de tre undersøkelsene vi har gjennomført siste 10 år. Spesielt overnattings- og serveringsbransjene gir uttrykk for dette.

47% oppgir at tilgang til kompetent arbeidskraft er en av de viktigste utfordringene fremover. Dette er fortsatt mange, men vi kan glede oss over at tallet var høyere (66%) for 10 år siden.

### Utfordringen med tilgang til kompetanse er størst for serveringsbransjen, spesielt kokker

For denne bransjen er tilgang til kompetent arbeidskraft den aller største utfordringen, altså

den som angår flest bedrifter. Hele 66% av bedriftene krysser av for dette som en av de største utfordringene. Her er det spesielt tilgang til kvalifiserte, faglærte kokker som er en stor bekymring. Men også faglærte servitører vil være mangelvare for en del bedrifter i det "høyere" kvalitetssjikt, som opplever tørke på servitørfaget.

### 4 av 10 sier lønnsnivå er stor utfordring, men det "krasjer" med frykt for lav lønnsomhet

Det kan synes som en ganske vrien situasjon: Næringen trenger mer kompetent arbeidskraft. Den kanskje viktigste av flere løsninger er å gjøre noe med lønnsnivået (og dermed også statusen). Men samtidig er lønnsomhet og marginer det som av flest ses på som en av de største utfordringene fremover. Dermed er det lite som tyder på store lønnsjopp fremover.

- Andelen som mener faktorene er en utfordring for egen bransje, fordelt på bransjer

	Overnatting	Servering	Destinasjon	Campingplass	Event
Offentlige rammebetingelser/ politiske bestemmelser	39 %	34 %	75 %	57 %	41 %
Tilgang til kvalifisert arbeidskraft	41 %	66 %	38 %	30 %	47 %
Konkurransen fra utlandet	4 %			4 %	6 %
Den generelle økonomiske utviklingen	34 %	26 %	25 %	9 %	35 %
Lønnsnivået	52 %	45 %	25 %	30 %	12 %
Tilgang til kapital og investeringer	5 %	7 %	13 %	9 %	18 %
Lønnsomhet og marginer i bransjen	58 %	62 %	50 %	43 %	53 %
Markedsføring overfor de rette kunder	15 %	7 %	25 %	13 %	29 %
Byråkratiske utfordringer (kommune, fylke, stat, etat)	16 %	14 %	25 %	43 %	18 %
Transport og tilgjengelighet	5 %	3 %	13 %	9 %	
Prisnivået i Norge	20 %	16 %		35 %	24 %
Bærekraftig utvikling	9 %	5 %	13 %	17 %	6 %

## Lav status, lav lønn og ubekvemme arbeidstider er største hindre for økt rekruttering.

### De "gamle klassikerne" er fortsatt største barrierer for rekruttering sier bransjen selv

Mange ledere i næringen oppgir selv at disse faktorene fortsatt er vesentlige hindre for økt rekruttering. 77% av lederne oppgir lønnsnivå som en av de fem viktigste barrierer mot å få tak i kvalifisert kompetanse de neste 1-5 år (og spesielt mange i overnattingsbransjen). 57% krysser av for bransjens status som viktig barriere (spesielt mange i serveringsbransjen) og 55% nevner (u)bequem arbeidstid.

### Det som er viktig for å tiltrekke arbeidskraft er også det næringen er svakest på

Lønn er også det flest ledere (51%) sier er blant de viktigste faktorene for å tiltrekke og holde på

kvalifisert arbeidskraft. Da blir utfordringen med lønnsnivå ekstra stor og viktig. Men for all del: Det er selvsagt også mange andre ting som trekker folk til næringen, som vi skal se på senere i denne rapporten. F.eks sier 43% av lederne at det å jobbe med mennesker og 33% sier sikker jobb er viktig for å tiltrekke kompetanse, og begge deler kan reiselivet tilby.

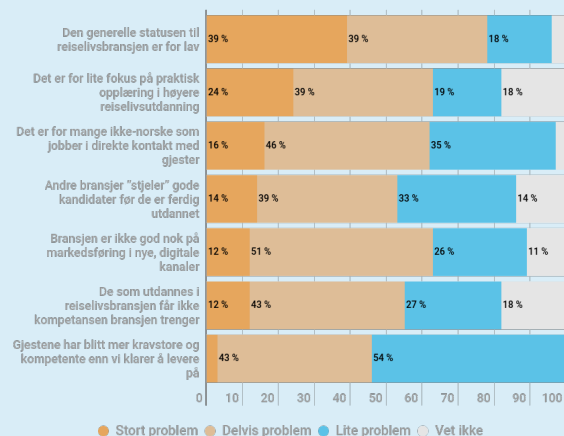
### Det finnes også andre utfordringer å ta tak i

I grafen under her kartlegger vi også en del andre faktorer som lederne i næringen selv mener kan være utfordringer knyttet til kompetanse og rekruttering (basert på samtaleintervjuer). Utdanningens kvalitet og høyt innslag av ikke-norsktalende nevnes.

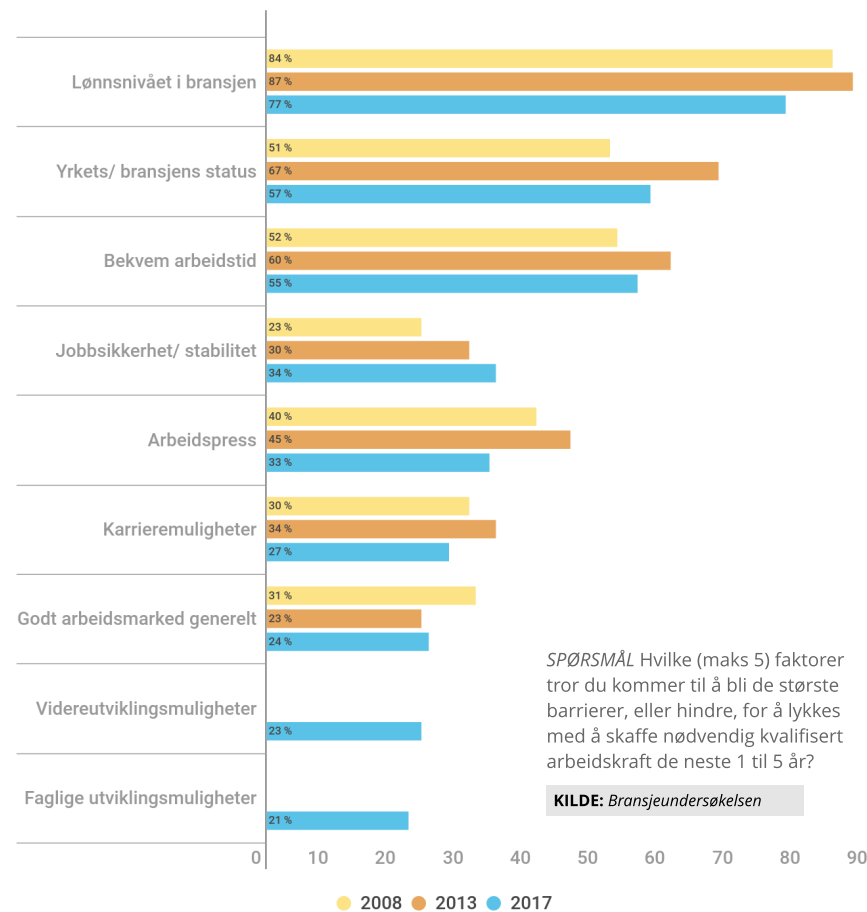
### Andel som mener faktorene er et problem for rekruttering og kompetanseheving

**SPØRSMÅL:** I hvor stor grad mener du de følgende faktorene i dag og i nær fremtid er et problem for rekruttering og kompetanseheving i reiselivsbransjen?

**KILDE:** Bransjeundersøkelsen



### Utvikling i hva som anses som største barrierer for rekruttering framover



**SPØRSMÅL** Hvilke (maks 5) faktorer tror du kommer til å bli de største barrierer, eller hindre, for å lykkes med å skaffe nødvendig kvalifisert arbeidskraft de neste 1 til 5 år?

**KILDE:** Bransjeundersøkelsen

*Dekning av behovet for medarbeidere og kompetanse:*

Ingen bedring i dekingen av behovet for faglært kompetanse siden 2008.

Til tross for bevisst satsning på rekruttering til fagopplæring de siste 10 årene er situasjonen den samme. Næringen vokser, men vil man klare å få tak i nok kvalifiserte folk?



# 6 av 10

bedrifter har ikke dekket behovet for faglærte i dag

# 53%

av bedriftene tror behovet for faglærte vil øke neste 3 år



De fleste bedriftene er godt dekket med ufaglærte, mens behovet for ansatte med høyere utdanning er dårligst dekket.



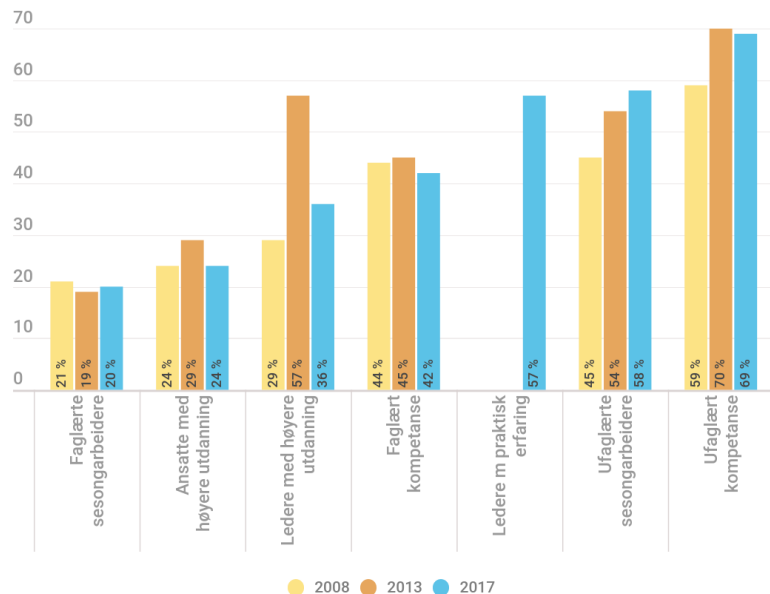
Faglærte ansatte er den gruppen det vil bli størst utfordring med å rekruttere fremover. 6 av 10 bedrifter sier dette. Høyt utdannede blir enklere tror de.



De fleste har tro på vekst. Bedriftene mener at faglærte ansatte er gruppen som vil vokse mest med tanke på hva man får mer behov for fremover.

## Andelen som har dekket behovet for faglærte er uendret fra 2008, mens lederbehovet har økt.

- Andel bedrifter som har dekket behovet for ulike typer ansatte.



SPØRSMÅL: Hvor godt mener du at din bedrift i dag har dekket behovet for følgende typer medarbeidere? (Andel som har svart at behovet er *godt* eller *meget godt* dekket).

KILDE: Bransjeundersøkelsen

1 av 3

bedrifter i undersøkelsen har lærlinger, i hovedsak innen kokkeyrket.

### Fortsatt kun 4 av 10 bedrifter som har dekket behovet for faglærte

Vi må dessverre konstatere at vi står på stedet hvil siste 10 år: Det er like mange, eller få, bedrifter som har dekket behovet for faglært kompetanse godt eller meget godt. Det vil si at de fleste, 6 av 10, ikke har dekket behovet. Riktignok har næringen totalt sett økt i størrelse i samme periode, slik at dette tallet skjuler antagelig en annen og mer gledelig virkelighet: At reiselivet totalt sett har lyktes med å få inn flere ansatte, slik at andelen bedrifter som mangler faglærte i det minste ikke har økt.

### Overnattingsbransjen har størst problemer med "menige ansatte", minst med ledere

Blant alle reiselivsbransjene er det overnatting (hotell) som sliter mest med underdekning av alle typer ansatte "på gulvet", ikke minst

faglærte. Samtidig er de også bransjen med best dekning av ansatte på ledernivå. Eksakt hvilke typer ansatte det er snakk om har vi ikke detaljer på, men vi kan jo anta at det handler en del om kokker og servitører også her, i likhet med i serveringsbransjen. Eventbransjen er godt dekket med faglærte, antagelig fordi de ikke har noen fag som er direkte rettet inn mot disse.

3 av 4

bedrifter har ikke dekket behovet for ansatte med høyere utdanning

### Behovet for ansatte med høyere utdanning er aller dårligst dekket

Kun 1 av 4 bedrifter har dekket behovet for ansatte (spesialister) med høyere utdanning, og 1 av 3 bedrifter har dekket behovet for ledere med høyere utdanning. Selv om de i antall selvsagt er færre enn behovet for andre typer ansatte, så er det allikevel et svært alvorlig signal: "Dårlig" ledelse mangel på høykompetente spesialister i en moderne, digitalisert verden kan skape problemer med forbedring av rekruttering av faglærte og næringens rykte.

- Andel bedrifter som har dekket behovet for ulike typer ansatte, fordelt på bransjetilhørighet.

	Overnatting	Servering	Camping/hytte	Event
Ufaglært kompetanse	72 %	79 %	48 %	59 %
Ufaglærte sesongarbeidere	54 %	55 %	57 %	65 %
Faglært kompetanse	35 %	45 %	39 %	76 %
Faglærte sesongarbeidere	18 %	17 %	22 %	41 %
Ansatte med høyere utd. (ikke lederstilling)	19 %	29 %	17 %	35 %
Ledere/mlm.ledere m praktisk erfaring	62 %	59 %	22 %	65 %
Ledere/mlm.ledere m høyere utd.	44 %	36 %	13 %	29 %

Merk: Kun bransjer med mer enn 15 avgitte svar er inkludert. Kun overnatting og servering har noenlunde tilfredsstillende antall svar.

## 53% tror behovet for faglærte vil øke neste 1-3 år, samtidig som de blir vanskeligere å få tak i.

**6 av 10 tror behovet vil øke på lengre sikt, fordi de mangler mange i dag, og pga vekst**

53% forventer økende behov for faglærte på kort sikt (1-3 år), men ennå flere (6 av 10) mener det vil øke på lengre sikt (5-8 år). Noe av grunnen er selvsagt at mange allerede i dag mangler faglærte som de ønsker å få tak, men den økte optimismen på lang sikt tyder også på at bedriftene har tro på fortsatt gode tider fremover selv etter mange år med vekst i reiselivet.

Det er serverings- og eventbransjene som i størst grad forventer økt behov for faglærte fremover. For severingsbransjen handler det spesielt om kokker både fordi de mangler mange i dag, men også antagelig fordi de forventer vekst i reiseliv og spisegjester. Eventbransjen antagelig fordi de rett og slett forventer vekst generelt.

Vi skal heller ikke glemme at mange (54%) også

forventer økt behov for sesongarbeidere fremover, i takt med forventning om vekst i reiselivet. Her er det spesielt de minste bedriftene og bransjene camping og event som peker seg ut med størst behov fremover.

**De aller fleste tror det blir vanskeligere å få tak i faglærte de kommende år**

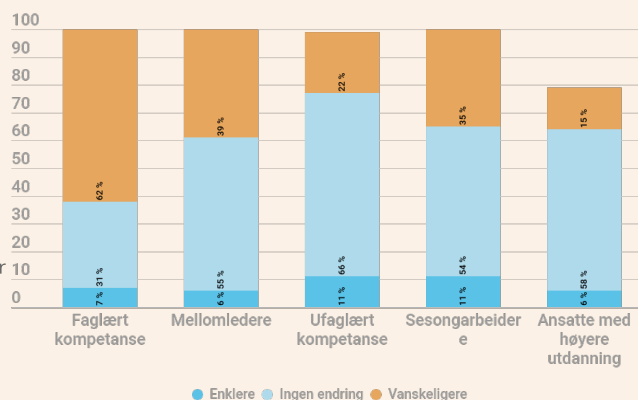
62% tror det blir vanskeligere, mens resten tror det blir som i dag (31%) eller enklere (7%). Det spesielt serveringsbransjen og de minste bedriftene som tror det blir vanskeligere å få rekruttert faglærte fremover.

Det er med andre ord en ganske utbredt bekymring i næringen omkring tilgang til faglært arbeidskraft i årene som kommer. Det vil antagelig drive frem fortsatt høy rekruttering fra utlandet, ofte ufaglærte etter norsk standard, dersom det ikke lykkes med å få flere inn i yrkesfagene våre.

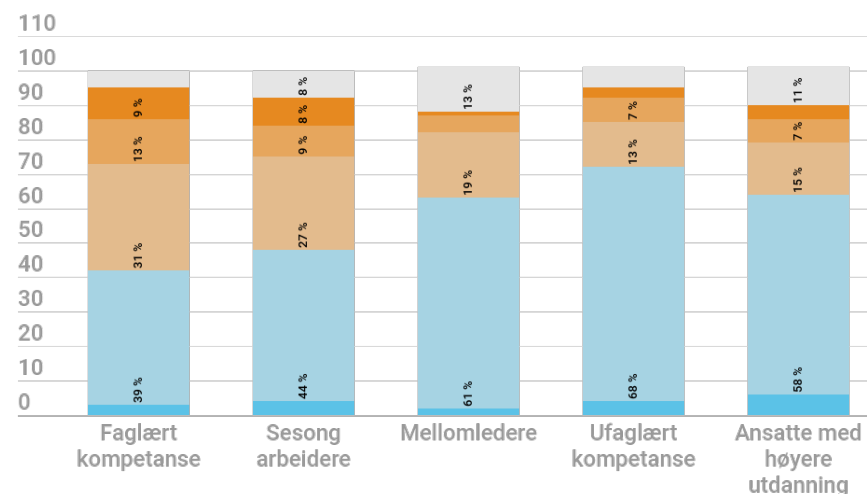
● Andel som tror det blir enklere eller vanskeligere å rekruttere fremover

**SPØRSMÅL:** Tror du det blir enklere enn i dag, vanskeligere enn i dag eller ingen endring når det gjelder å få tak i disse typer medarbeidere i de kommende år?

**KILDE:** Bransjeundersøkelsen



● Anslag på eget behov for ulike typer kompetanse 1-3 år frem i tid



● Mindre enn i dag ● Omtrent som i dag ● Inntil 20% mer enn i dag ● 20 til 50% mer enn i dag ● Mer enn 50% mer enn i dag ● Vet ikke

**SPØRSMÅL:** Om du tenker 1-3 år frem i tid, hvor stort mener du behovet vil være for følgende type medarbeidere i din bedrift?

**KILDE:** Bransjeundersøkelsen

7 av 10

bedrifter opplever ofte eller av og til sterk konkurranse fra andre bedrifter om arbeidskraft.

50%

av bedriftene mener det er delvis eller stort problem at andre bransjer "stjeler" gode kandidater før de er ferdig utdannet.

*Næringens syn på utdanning og eget kompetansenivå:*

Næringen ønsker seg flere med utdanning, men sier at utdanning ikke er viktig for suksess og status.

Idealet er å starte på bunn og jobbe seg opp. Men hvordan lokke utdannede, kompetente unge til næringen når man samtidig forteller dem at utdanning ikke er viktig for å lykkes?





**51%**  
av lederne  
mener praktisk  
erfaring gir  
mest status



**18%**  
mener ansattes  
kompetansenivå  
er høyt eller  
ganske høyt



**6 av 10**  
ledere mener  
utdanningen er  
for lite praktisk



Praktisk erfaring gir mest status, mye mer enn høyere utdanning i følge lederne i næringen (mange av dem med praktisk bakgrunn selv).



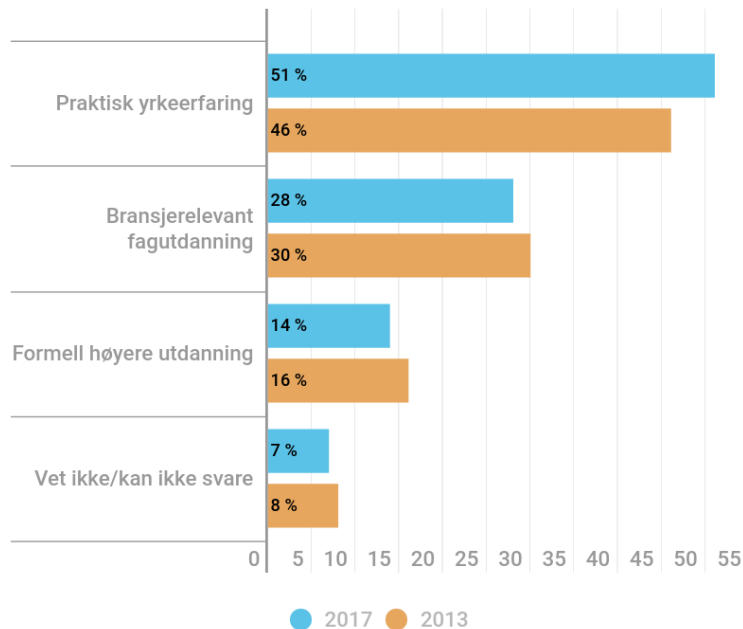
Det er også praktisk erfaring som betyr mest for å lykkes som leder i bransjen, men de fleste mener at bransjeutdanningen er for lite praktisk.



Lederne synes ikke de ansatte i bransjen i dag har spesielt høy kompetanse (men lederne er bedre). Rundt 50% mener skolene bommer litt.

## Praktisk yrkeserfaring gir høyest status og anses som viktigere enn høyere utdanning for å lykkes.

● Hvilken bakgrunn som gir høyest status i bransjen



SPØRSMÅL: Basert på din generelle oppfatning, hvilken av disse typer bakgrunn gir høyest status i din bransje?

KILDE: Bransjeundersøkelsen

Det er fortsatt mest stas å kunne si at man "starta i skrubben" (spesielt blant veteranene)

50% av næringens ledere sier at praktisk yrkeserfaring er det som gir høyest status i deres bransje. Kun 14% sier det samme om høyere utdanning. Kulturen i bransjen er slik at de som har startet "på bunn" ofte jobber seg opp til ledende stillinger. Dette er en styrke ved bransjen, og gir mange spennende karriereveier også for de med fagbrev. Spesielt gjelder nok dette blant de som allerede er ledere og som har vært i næringen en stund, mens yngre generasjoner oftere ønsker å komme raskere i posisjon gjennom høyere utdanning. 2 av 3 ledere i næringen har selv praksis fra bransjen som sin bakgrunn, spesielt gjelder dette i restaurant og camping, tillegg til at mange av dem også har tatt høyere utdanning og viser dermed at også utdanning betyr mye, selv om det tillegges lavere status.

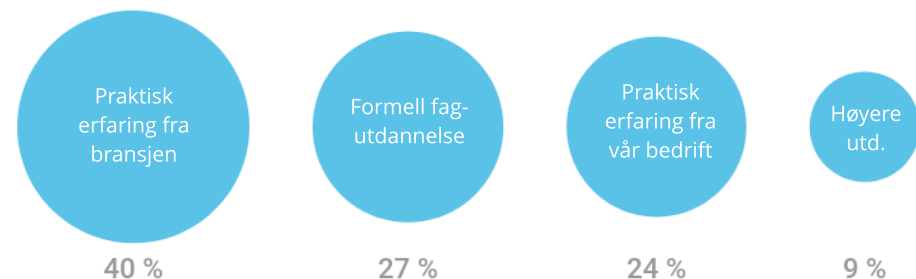
6 av 10 ledere har selv høyere utdanning, 2/3 av dem har også praksis.

Nesten ingen mener høyere utdanning er viktigst for å lykkes som leder

Kun 9% av næringens ledere mener at høyere utdanning er viktigst for å lykkes som leder i bransjen, dersom de måtte velge ett av alternativene som vises under. 40% mener praktisk bransjeerfaring er viktigst for å lykkes, mens 27% oppgir fagutdannelse som viktigst.

Næringen sier selv i denne rapporten at de har behov for flere ledere med høyere utdanning. Fokus på praktisk erfaring er bra, men nedsiden er at en del unge som kunne vurdert å gå inn i næringen direkte fra høyere lederutdanning kan slå det fra seg. Det er få som ønsker å starte på bunn "i skrubben" etter tre-fire års høyere utdanning fordi det er det som gir status og som kreves av en leder i bransjen. De har andre forventninger, og dersom kulturen i næringen tilsier at høyere utdanning ikke settes nok pris på, så vil man gå glipp av mange potensielt gode og profesjonelle ledertalenter.

● Hva som anses viktigst for å lykkes som leder i bransjen (hvis du må velge ett alternativ)



## (Praktisk) kompetanse verdsettes høyt i næringen, skolene kan fint bli bedre på det.

### Kompetanse verdsettes høyt i egen bransje, spesielt praktisk fagkompetanse

60% av lederne i bransjen sier de opplever at kompetanse verdsettes høyt. Først og fremst tenker de da på praktisk fag- og bransjekompetanse, altså det som skal til for å gjøre de viktige jobbene "på gulvet" og i kundemøtet. Kompetanse fra høyere utdanning er noe mindre verdsatt.

### Men lederne er kun middels imponert over kompetansenivået i bransjen i dag

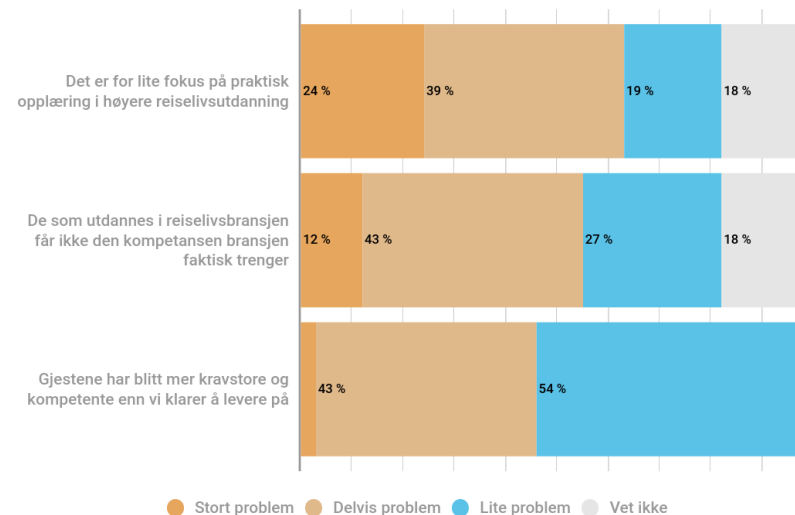
Kun 18% av lederne mener kompetansenivået i egen bransje er ganske eller svært høyt. Eksakt like mange mener det er ganske eller svært lavt, mens 60% sier nivået er moderat. Det tyder på at selv om kompetanse er viktig, og verdsettes, så er man ikke helt fornøyd med kvaliteten og nivået slik det er i dag. Kan noe av grunnen til det ligge i utdanningens innhold?

### Mange mener utdanningen i reiseliv, restaurant- og matfag er for lite praktisk

Vi har gjennomført både personlige intervjuer og spørreundersøkelse blant bransjens ledere. Stadig dukker det opp anklager om utilstrekkelig fokus på praktiske ferdigheter som trengs for å gjøre en god jobb. Spesielt gjelder oppfatningen om tilstanden i den høyere reiselivs-utdanningen, men noen mener det samme også om fagutdanningen. 12% mener det er et stort problem (og 43% mener det er delvis problem) at reiselivsbransjen generelt sett ikke får den kompetansen bransjen faktisk trenger.

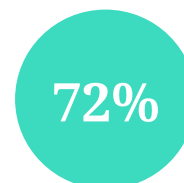
1 av 4 ledere mener det er et stort problem at det er for lite praktisk opplæring i høyere reiselivsutdanning. Hotellbransjelederne er spesielt opptatt av dette. Økt kompetanse og krav fra gjestene er en del av forklaringen på "kompetansegapet", mens utdanningens stadig mer teoretiske innretning også forklarer noe.

### Oppfatninger om faktorer som kan være utfordringer i rekruttering

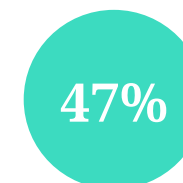


SPØRSMÅL: I hvor stor grad mener du de følgende faktorene i dag og i nær fremtid er et problem for rekruttering og kompetanseheving i reiselivsbransjen?

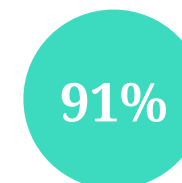
KILDE: Bransjeundersøkelsen



av lederne i serveringsbransjen er enig i at kompetanse verdsettes høyt i bransjen (60% i hotell)



i hotellbransjen mener de har tydelige karriereveier for de ambisiøse (40% i restaurant og 17% i camping)

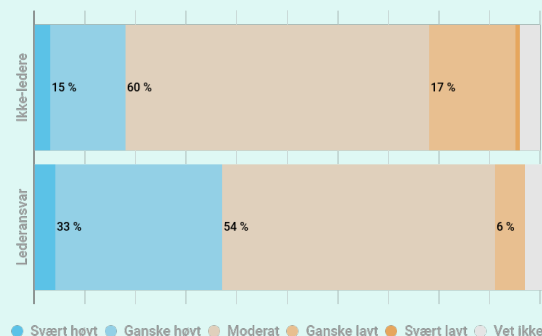


innen servering synes ikke bransjen er god på å kreve eller tilby etter- og videreutdanning av ansatte (86% i hotell)

### Vurdering av kompetansenivået i egen bransje

SPØRSMÅL: Hvordan oppfatter du det nåværende kompetansenivået blant...innenfor din bransje i dag?

KILDE: Bransjeundersøkelsen



*Dekning av behovet for kompetanse som ikke handler om formell utdanning:*

Gapet i dekning av realkompetanse er allikevel ikke veldig dramatisk sier næringen selv.

Er formell fagkompetanse i dagens form kanskje ikke så viktig som vi tror? Er det andre personlige og praktiske egenskaper som er vel så viktig å dyrke frem i det moderne norske reiselivet?



# 99%

av bedriftene sier "evne til å skape gode gjesteopplevelser" er viktig (og 90% er godt dekket der).



## 6 av 10

sier service og samarbeide er viktigste for å lykkes i jobben



Bedriftene har godt dekket behovet for de egenskapene som viktigst for dem, nemlig evne til å skape gjesteopplevelser og god service.



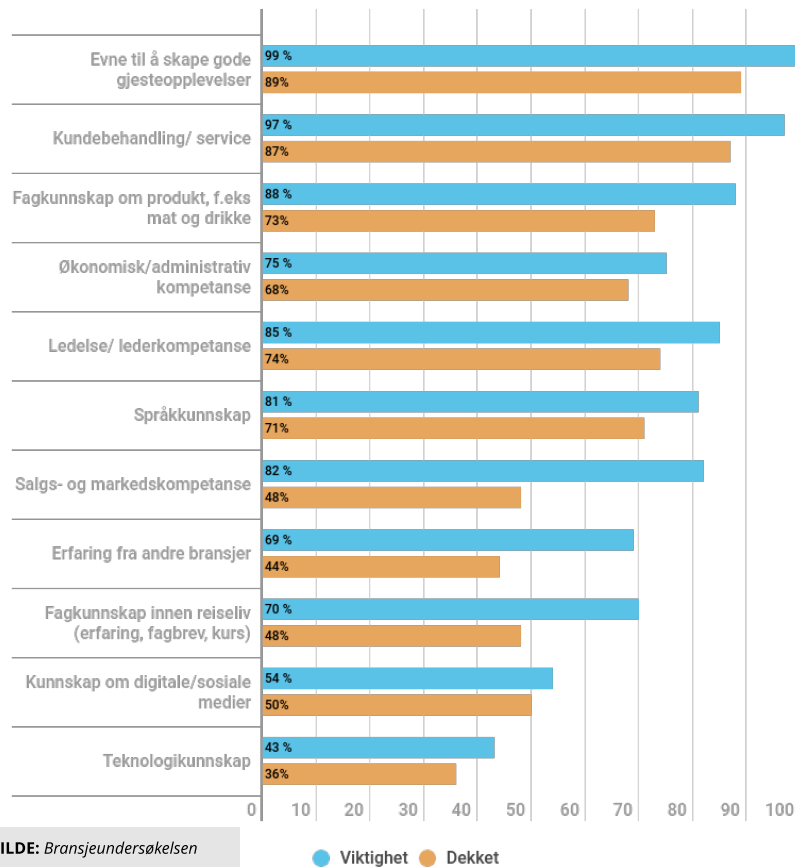
Fagbrev innen reiseliv er ikke like viktig som en del andre kvaliteter, men er allikevel ikke godt nok dekket. Salg/markedskompetanse er dårligst dekket.



Personlige egenskaper lederne sier er viktigst for å lykkes handler kun om samhandling med mennesker. Det er mulig å lykkes og trives uten utdanning.

## De fleste bedrifter er godt dekket med den realkompetansen som er viktigst for dem.

● Hvor viktig kompetansen er for bedriften og hvor godt behovet er dekket



SPØRSMÅL: Hvor viktig er følgende type kompetanse for din bedrift? (Andel svart svært og ganske viktig)

SPØRSMÅL: Og hvor godt mener du din bedrift i dag har dekket behovet for følgende typer kompetanse? (Andel svart svært eller ganske godt dekket)

### Kundebehandling, service og produktkunnskap er de viktigste egenskapene

Vi snakker selvsagt mye om utfordringene med å få tilgang til nok faglærte i reiselivsnæringen. Faglærte utgjør en viktig del av det som skaper kvalitet og gode opplevelser, spesielt i den store delen av reiselivet som utgjør de "klassiske" bransjene hotell og restaurant. Men i møtet med gjestene og utføring av jobben i det daglige er det også andre egenskaper som er viktige. Det vi her kaller *realkompetanse* for å skille det fra fagkompetanse, selv om det selvsagt ofte ikke er lett (eller riktig) å skille på de to.

Viktigst blant disse, i følge bransjen selv, er evne til å møte mennesker: Skape gode gjesteopplevelser og yte god service. Absolutt alle (99% og 97%) mener disse er svært eller ganske viktige typer kompetanser for egen bedrift. Å være god på dette handler minst like mye om personlige evner, innstilling og praktisk erfaring, som om hva man lærer på skole og i fagopplæring. Det er er god del færre som mener fagkunnskap (fagbrev, kurs) er tilsvarende viktig (70%). Faktisk er det flere (88%) som mener at fagkunnskap om produkter (f.eks mat og drikke) er viktig enn de som mener

formell fagkunnskap (fagbrev) er viktig. Selvsagt er det slik at mye av det vi her kaller realkompetanse er ting man kan utvikle gjennom fagopplæring og høyere utdanning, men det er også fullt mulig å bli god på det *uten* slik formell utdanning. Unntaket er kokkeyrket, som klart krever en del egenskaper man kun får gjennom fagopplæring.

### De viktigste tingene er godt dekket, men salg/ marked og faglærte er det ikke

Det er (heldigvis) ingen store kompetansegap når det gjelder hvor godt man er dekket på de viktigste formene for realkompetanse. Mye tyder dermed på at bedriftene klarer seg godt i dag med tanke på å levere det som er viktigst for dem for å lykkes, selv de som mangler faglærte. Salg- og markedskompetanse er området hvor færrest har dekket behovet (gjelder spesielt for de mindre bedriftene og eventbransjen).

Som vi har sett tidligere er det også mange som ikke har dekket behovet for faglært kompetanse, men i realiteten klarer de fleste bedrifter seg i praksis uten, også i hotell- og restaurantbransjen. Men det er de også nødt til, all den tid det ikke finnes nok faglærte tilgjengelig.

*"Det spiller ingen rolle i dag om man serverer gjesten fra høyre eller venstre. Gjestene har andre forventninger. Nå handler det om å kjenne produktet og gi en god opplevelse."*

*Leder i serveringsbransjen, intervjuet i forbindelse med undersøkelsen.*

## Service og samhandling er viktigst for å lykkes i jobben, men blir dette ivaretatt i utdanningen?

### Reiselivet er en "people´s business" og gode personlige egenskaper er derfor avgjørende

De aller viktigste egenskapene for å lykkes i reiselivet er antagelig ikke det man lærer på skolen, men evnen til å omgås mennesker. Vi spurte bransjen om hvilke av et utvalg personlige egenskaper som er viktigst for å lykkes, og samtlige på topplisten handler om evne til å samhandle med andre. Enten gjennom service overfor gjester og kunder, eller gjennom samarbeide med, eller ledelse av kolleger. Dette er antagelig også grunnen til at man uansett kan lykkes og trives godt i reiselivet uten formell utdanning.

### Fokuserer fagopplæringen nok på utvikling av kompetansen som er viktigst for bedriftene?

I våre samtaleintervjuer med ledere i bransjen er det mange som spør seg om både fagopplæringen og høyere utdanning i reiseliv fokuserer nok på disse viktige realkompetansene: Evne til å skape gode opplevelser. Personlig service. God historiefortelling om produktene, destinasjonene og råvarene. Det er dét gjestene vil ha i dag. Som oftest er dette noe bedriftene selv trener sine ansatte til. Noen mener dermed fagene i skolen trenger en modernisering for å møte bransjens behov og fremtidens kundeforventninger.

*"Jeg føler ikke at vi jobber i et moderne yrke når jeg ser på utstyret og lærerne våre. Men det er jo egentlig ganske trendy."*

*Elev under utdanning som kokk på restaurant- og matfag, intervjuet i forbindelse med undersøkelsen.*

2 av 3

innen både hotell- og servering synes *ikke* bransjen er god på å ta i bruk ny teknologi

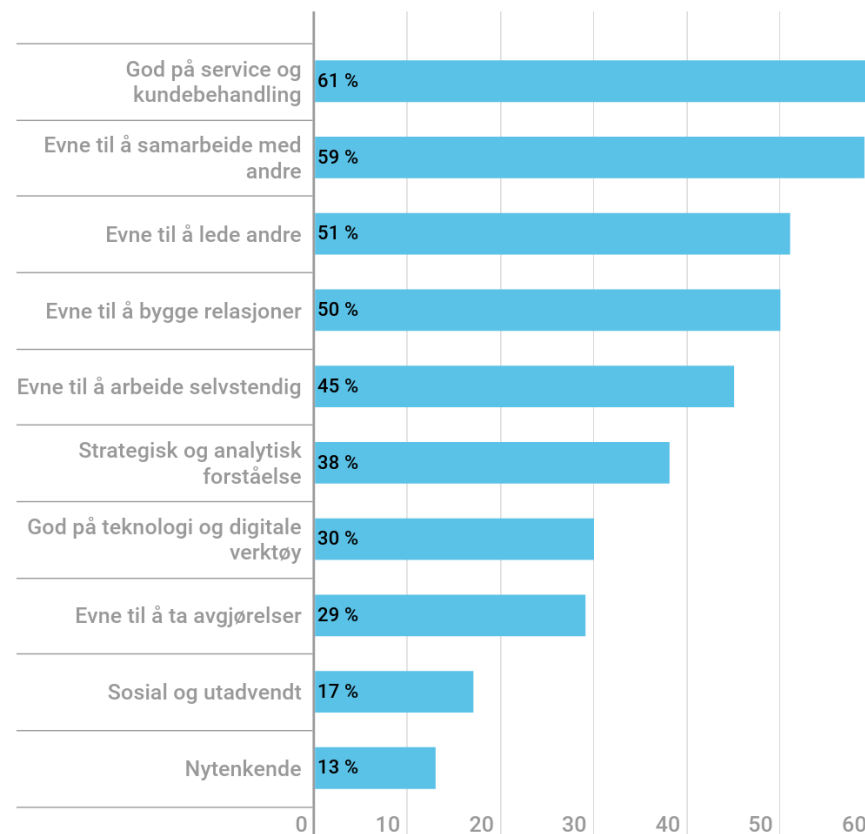
66%

er *ikke* godt dekket med kompetansen de trenger innen teknologikunnskap

90%

av lederne sier at evne til å skape gode gjesteopplevelser er avgjørende

### ● Personlige egenskaper som kreves for å gjøre karriere og lykkes i bedriften



SPØRSMÅL: Dersom en person skal gjøre karriere og oppnå suksess i din bedrift, hva vil du si er de viktigste egenskaper totalt sett (kryss av for alle som passer)?

KILDE: Bransjeundersøkelsen

# Reiselivsnæringens omdømme og attraktivitet





Hva er bransjens omdømme blant unge og deres foreldre, og hvor attraktiv er reiselivsnæringen som arbeidsplass? Hva legger de unge vekt på når de skal velge yrkesvei, og hva lokker eller skremmer når reiseliv skal vurderes?

## Oppsummering av hovedinnsikter

- 5 Mulighet for personlig utvikling er avgjørende for de unges valg av yrke, og foreldrene er enige.
- 6 Reiselivsnæringen har mange gode egenskaper som arbeidsplass, men mange av yrkenes rykte er dårlig.
- 7 Opptil halvparten av alle norske ungdommer er i målgruppen for rekruttering til reiselivsnæringen.
- 8 De unges viktigste motivasjon for å jobbe i reiselivet: Ønske om en sosial jobb med mennesker.

*Faktorer som styrer og påvirker unges valg av yrkes- og utdanningsretning:*

Mulighet for personlig utvikling er avgjørende for de unges valg av yrke, og foreldrene er enige.

Både de unge selv og deres foreldre er opptatt av personlige utviklingsmuligheter når de skal velge. Allikevel må også viktige hygienefaktorer som lønn, arbeidstid og -miljø være på plass.



74%

av foreldrene mener yrkesfag gir mange muligheter videre



9 av 10

unge vektlegger sikker jobb når de skal velge yrkesvei



1 av 3

foreldre sier de øver påvirkning på sine barns yrkesvalg



Unge legger mest vekt på å følge egne interesser, og ser etter ryddighet, sosialt miljø og utviklingsmuligheter når de skal velge sin yrkesvei.



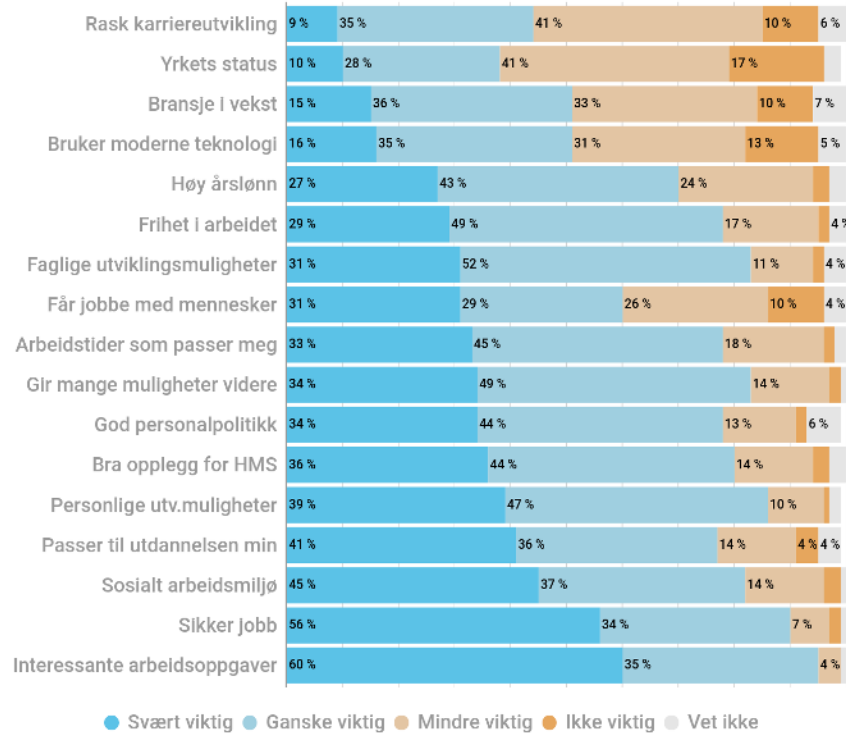
Både de unge og foreldrene har en positiv grunninnstilling til yrkesfag, men mange velger det allikevel bort. Gode rollemodeller kan hjelpe.



Det å tilby unge godt organisert praktisk prøving og gi dem egne erfaringer med yrket er mest effektive rekrutteringstiltak.

## Ryddighet, trygghet og sosialt miljø er viktig, men personlig utvikling og interesse styrer valgene.

● Faktorenes viktighet for de unge når de skal velge yrkesvei



SPØRSMÅL: Hvor viktig er disse faktorene for deg når du skal velge jobb eller yrkesvei?

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

### Forskjeller i hvordan ulike grupper vektlegger faktorene.

#### Sikker jobb

Er mer viktig for jenter og de unge som bor i Nord-Norge.

#### Sosialt miljø

Er mer viktig for jenter.

#### God HMS

Er mer viktig for tenåringene enn de mellom 20-25

#### Muligheter

videre er mer viktig for tenåringene.

#### Frihet

i arbeidet er mer viktig for gutter.

#### Høy lønn

er mer viktig for gutter og de mellom 20-25.

#### Moderne tech

i arbeidet er mer viktig for gutter.

### Det som styrer unges valg mest er "selvsagte" hygiene faktorer som alle må levere godt på

Interessante arbeidsoppgaver. Trygg og sikker jobb. Godt arbeidsmiljø og mulighet til relevant personlig utvikling. Dette er hva de unge selv sier er de viktigste faktorene når de skal velge yrkesvei. Det er også dermed hva alle yrker og bransjer, ikke minst reiselivsbransjene, bør levere godt på for å være aktuelle for de unge. Status og lønn kommer et stykke ned på lista, selv om det nok allikevel betyr en del for mange. Her snakker vi altså om alle norske ungdommer mellom 15 og 25, ikke bare de som kunne tenkt seg en karriere i reiselivet.

Om vi ser på "Topp-10" lista under ett, så er mønsteret at mye handler om personlige og faglige utviklingsmuligheter og om trygghet og ryddighet i arbeidsforholdet.

### Mulighet for faglig og personlig utvikling er sentralt for de unges motivasjon

Mange av faktorene som er viktig for valg handler altså om trygge og ryddige forhold. De fleste vil neppe vurdere en bransje eller arbeids-

giver som ikke har dette på stell, slik at det er viktig å legge vekt på at reiselivsbransjene er god på dette. Spesielt siden enkelte bransjer (som restaurantbransjen og til dels event/ arrangement) blant en del har rykte for å ikke alltid ha ryddige forhold. Disse faktorene må formidles, men det er vanskelig å begeistre med dem.

Derimot er det større mulighet til å positivt inspirere og begeistre de unge ved å fremheve mulighetene til personlig og faglig utvikling basert på ens interesser. Både de unge og deres foreldre legger stor vekt på dette når de skal velge seg yrkesvei. Da handler det om å fremheve det som reiselivet kan være spesielt gode på: Mye samhandling med andre mennesker. Mulighet til raskt å få (leder)ansvar. Faglige utfordringer og lære av de beste (f.eks innen kokkeyrker). Tett oppfølging av ledere mer praktisk erfaring. Internasjonalt miljø og mulighet til også å jobbe i utlandet.

Et lite varsko er at lederne i bransjen ikke selv virker å innse hvor viktig personlige og faglige utviklingsmuligheter er for å rekruttere de unge. Hos dem ligger fokus i veldig stor grad på utfordringene med lønn, status og arbeidstid.

## Personlig utvikling er avgjørende også for reiselivsstudentene og de unges foreldre.

### Ungdommene og foreldrene er ganske enige om hva som er viktigst ved valg av yrkesvei

Foreldrene er faktisk i større grad enn ungdommene opptatt av at de unge skal få gode utviklingsmuligheter og ryddige arbeidsforhold. De unge er mer enn foreldrene opptatt av rask karriereutvikling og yrkets status, men disse kommer et godt stykke ned på lista for begge gruppene.

Lønn kommer kanskje overraskende langt ned på lista. Vi tror det til dels handler om at man tar det som en selvfølge at man får lønn "til å leve av" i norsk næringsliv, men også at de fleste unge i starten av sin arbeidskarriere ikke forventer veldig høy lønn.

Reiselivsstudentene legger mer vekt på faglige og personlige utviklingsmuligheter enn ungdom flest, noe som er naturlig da de allerede har valgt høyere utdanning og dermed viser at de har ambisjoner.

### Næringen bør bli bedre på tydeliggjøring av karriereveier

Mange unge, og spesielt mange blant foreldrene, ser ikke reiselivsbransjene som et sted med mange muligheter videre i livet. Mange tenker nok at det er bransjer som passer i en ung fase i livet. For mange unge er det helt OK, de tenker ikke alltid så langt frem. Men foreldrene gjør det, og de ser til dels ganske negativt på muligheten til å bygge en karriere på sikt innen reiselivet.

Dermed er det viktig å forklare at det finnes slike muligheter. Man kan vise frem ledere som har gjort karriere med fagbrev i bunn. Men ikke bare det: mange skjønner at dette kun gjelder et fåtall. Det er også viktig å synliggjøre hvordan man kan utvikle seg i en "vanlig" jobb i næringen over tid, noe som ofte glemmes når man skal trekke frem de som gjør karriere.

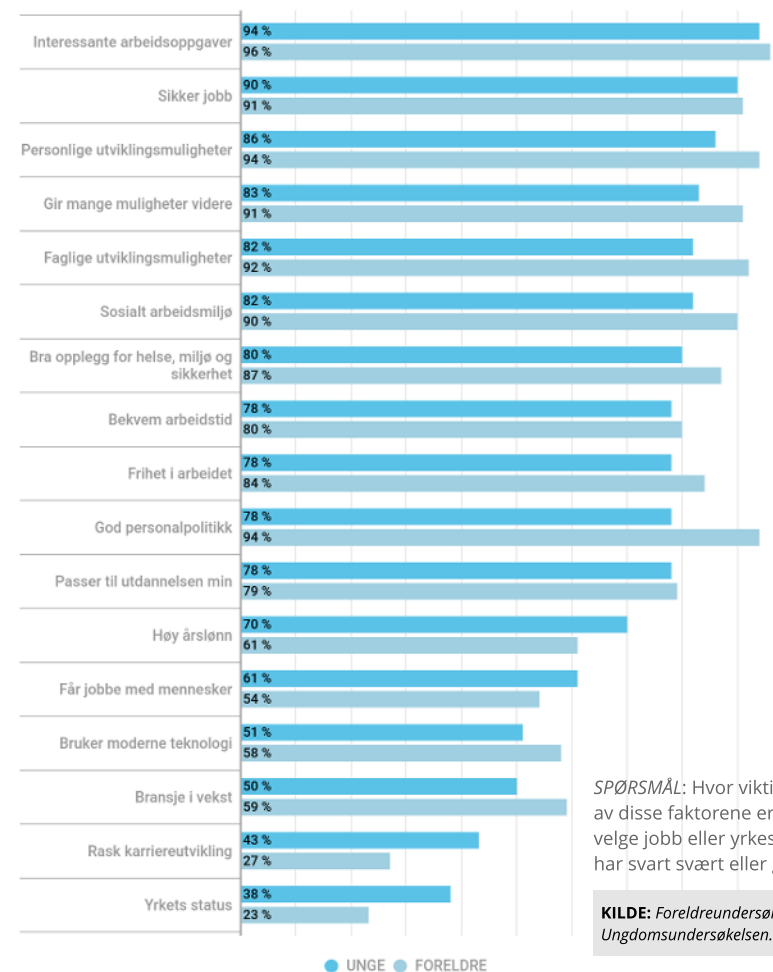
### Reiselivsstudentenes mening om hva som er viktig ved valg av yrke/ utdanning (Topp 5)

**SPØRSMÅL:** Hvor viktig synes du hver av disse faktorene er når ditt barn skal velge jobb eller yrkesvei? (Andel som har svart svært eller ganske viktig).

**KILDE:** Studentundersøkelsen



### Foreldres vs unges mening om hva som er viktig ved valg av yrke/utdanning

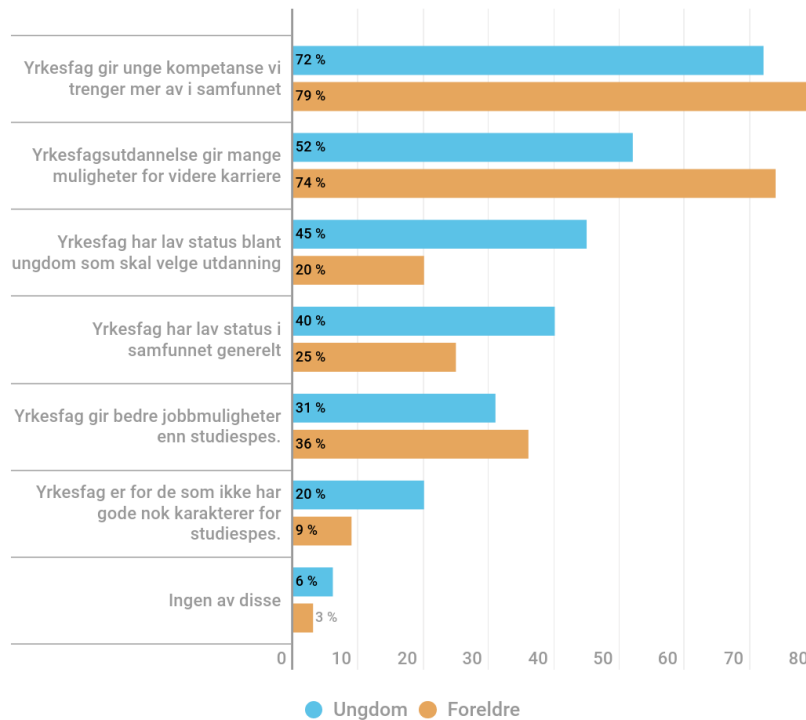


**SPØRSMÅL:** Hvor viktig synes du hver av disse faktorene er når ditt barn skal velge jobb eller yrkesvei? (Andel som har svart svært eller ganske viktig).

**KILDE:** Foreldreundersøkelsen og Ungdomsundersøkelsen.

## Foreldrene har noe påvirkning på barnas valg, og har et mer positivt syn på yrkesfag enn de unge.

### ● Ungdommenes og foreldrenes oppfatninger om yrkesfag.



SPØRSMÅL: Hvor godt eller dårlig inntrykk har du totalt sett av disse bransjene som arbeidsplass for unge som skal ut i arbeidslivet?

KILDE: Foreldreundersøkelsen og Ungdomsundersøkelsen.

### Yrkesfag ses på som positivt, men vi vet det sliter med dårlig rykte hos mange

Yrkesfag er den viktigste veien til faglært kompetanse innen reiselivet. Yrkesfagernes status er viktig, men dessverre ser vi i andre undersøkelser at for eksempel restaurant- og matfag ikke har spesielt høy status blant mange unge (kanskje med unntak av kokk).

Allikevel svarer de fleste blant både de unge og foreldrene at yrkesfag er viktig for samfunnet og gir mange muligheter for videre karriere. Kun 20% av de unge (9% av foreldrene) er enig i at yrkesfag er for de som ikke har gode nok karakterer til å gå studiespesialisering, mens rundt 4 av 10 i begge grupper mener yrkesfag har lav status blant ungdom eller i samfunnet generelt. Men i praksis vet vi at det allikevel betyr mye for en del: mange velger bort yrkesfag fordi de opplever at læringsmiljøet kan være

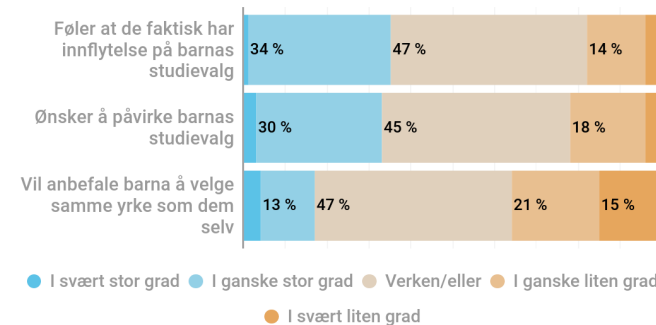
dårlig, blant annet som resultat av at mange som ikke er skolemotivert havner der, og dermed gjør det mindre aktuelt for de mer motiverte.

### 1/3 av foreldrene mener de har faktisk innflytelse på sine barns utdanningsvalg

Omtrent tilsvarende andel sier at de også bevisst *ønsker* å påvirke. I praksis skjer dette selvsagt i dialog med barna om hva de ønsker seg og hva som passer for dem. Et fåtall vil anbefale barna å velge samme vei som dem selv, de vil nok heller at barnas egne evner og ønsker skal stå i sentrum.

Hovedbildet er allikevel at yrkes- og utdanningsvalg er noe de unge selv står for, og at foreldrene i relativt liten grad er sterkt aktive som påvirkere. Men de er nok i stor grad samtalepartnere og rådgivere ved behov. Interesser og venner har ofte større påvirkning.

### ● Foreldrenes tanker om egen påvirkning på barnas studievalg.



SPØRSMÅL: I hvilken grad passer disse utsagnene for deg?

KILDE: Foreldreundersøkelsen

## Praktisk prøving, og møter med folk i yrket, er de beste og viktigste rekrutteringsmetodene.

### Sørg for gode møter med bransjen og de som jobber der

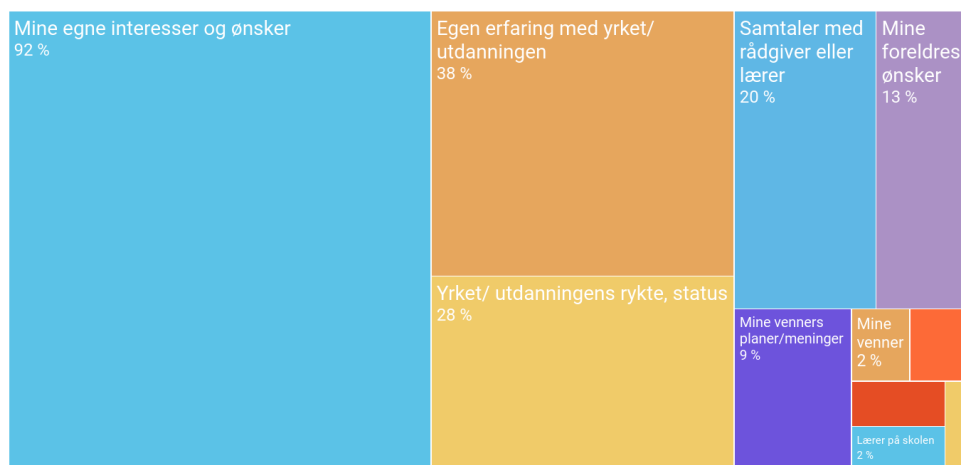
Vi har sett det i alle studiene med tema rekruttering gjennom mange år: det er praktisk prøving av yrket kombinert med gode, personlige møter med folk som jobber der som fungerer best i rekruttering. 38% av de unge som i dag er i jobb eller utdanning sier at deres egen erfaring (prøving) av yrket var viktig i valget de gjorde. Kun "mine egne interesser" påvirket mer. Dermed bør alle være spesielt opptatt av å ta godt vare på de som kommer på hospitering, bedriftsbesøk og arbeidsuker.

Venner, foreldre og rådgivere er selvsagt også viktige, men de har vi litt mindre mulighet til å påvirke og styre gjennom tiltak.

### De unge stoler aller mest på gode ambassadører for yrket når de skal velge

30% sier folk med erfaring fra yrket er de man har aller mest tillit til. 27% sier foreldrene og 22% lener seg mest på egen prøving av yrket. Dermed er det svært viktig for næringen å utvikle og dyrke frem gode ambassadører som er tilgjengelige for de unge på tider og steder hvor de trenger å snakke om yrke og utdanning.

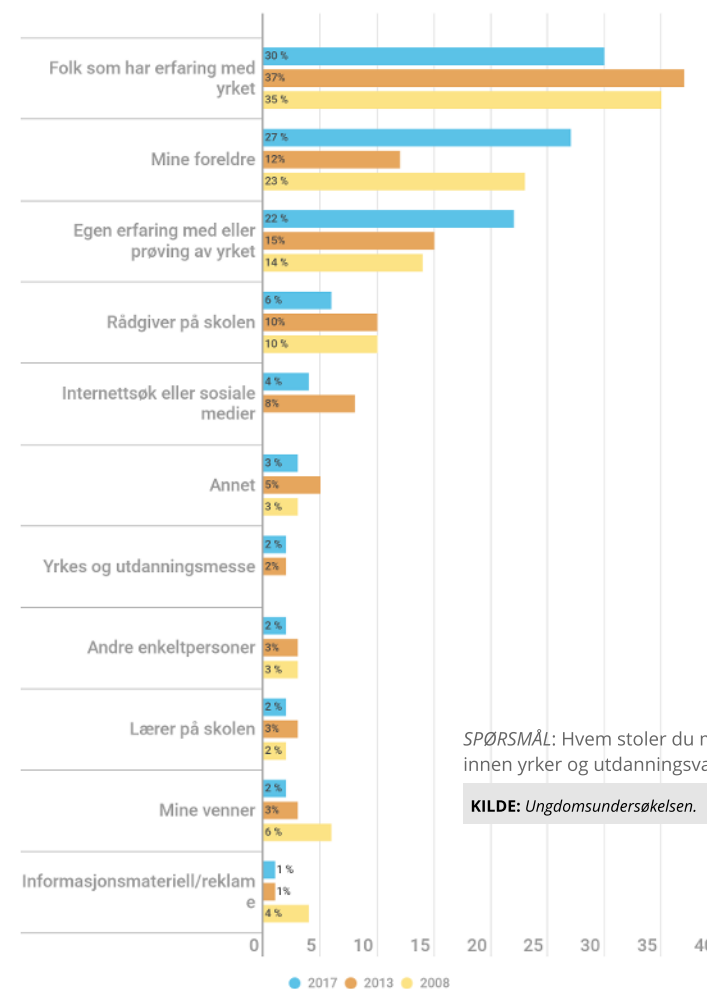
### Hva som påvirket de unges valg av eget yrke eller utdanning.



SPØRSMÅL: Tenk tilbake til når du bestemte deg for det yrket eller utdanningen du driver med for øyeblikket. Hvilke av disse faktorene var viktige for å påvirke valget ditt?

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

### Hvem de unge stoler mest på innen yrkes- og utdanningsvalg.



SPØRSMÅL: Hvem stoler du mest på innen yrker og utdanningsvalg?

KILDE: Ungdomsundersøkelsen.

*Oppfatninger om næringens posisjon blant unge og foreldrene:*

Reiselivsnæringen har mange gode egenskaper som arbeidsplass, men mange av yrkenes rykte er dårlig.

Mange unge ser attraktive kvaliteter i alle reiselivsbransjen og gir oss dermed mye å spille på. Men spesielt foreldrenes negative inntrykk av mange av yrkene kan skape utfordringer.





64%

av foreldrene  
ville ikke  
anbefalt barna  
å jobbe i noen  
reiselivsyrker



67%

av foreldrene  
forbinder  
kokkeyrket  
med høy  
kompetanse



sosialt

miljø og en jobb  
med mennesker  
er det flest unge  
forbinder med  
reiselivet



Reiselivsbransjene har ulike omdømmemessige styrker som man kan spille på for å treffe de rette unge målgruppene.



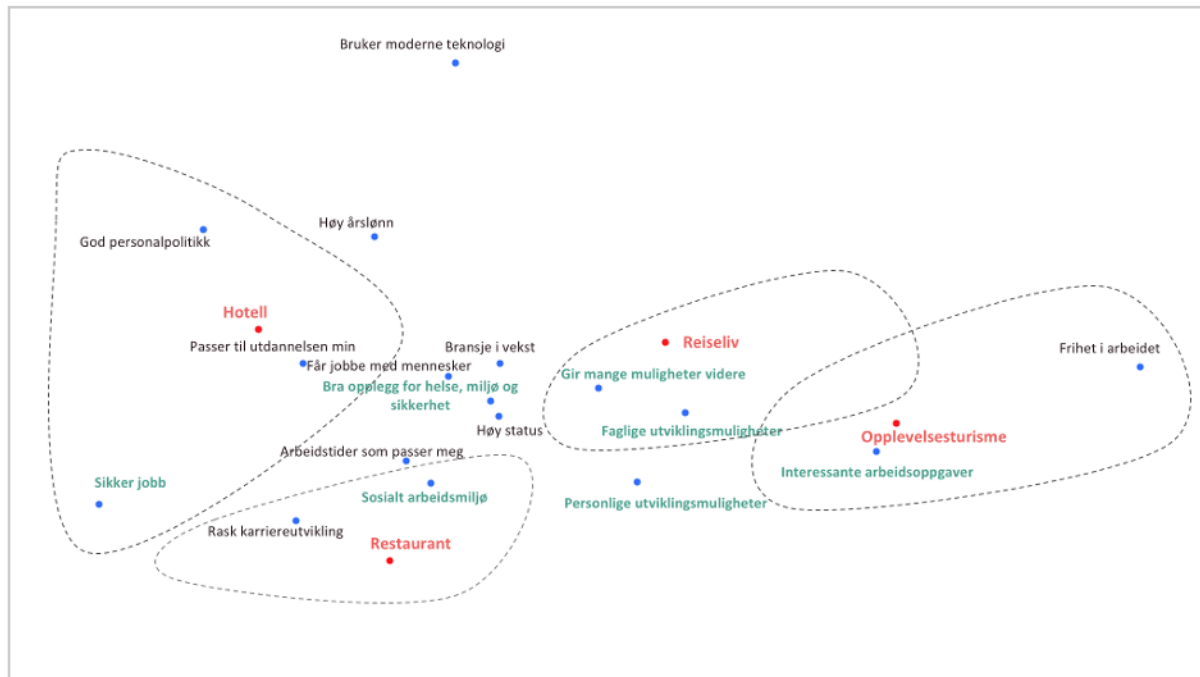
Foreldrenes inntrykk av reiselivsyrkene som mulig vei for sine barn er svært negativt, og utfordring for vårt omdømme og rekruttering.



Bransjen er attraktiv for ungdom, men yrkesfagene i restaurant- og matfag sliter med et litt dårlig rykte blant mange.

## Slik kan reiselivsbransjene spille på hver sine omdømmemessige styrker for å nå de unge.

- Egenskaper som forbindes av de unge med hver av reiselivsbransjene



Vi kaller denne statistiske korrespondanseanalysen for **posisjonskartet**. Det forteller oss noe om hva de unge forbinder spesielt med hver av reiselivsbransjene, og hvilke egenskaper som "eies" av hver bransje og bidrar til at de skiller seg fra de andre bransjene. Dette er dermed et bilde på hva den enkelte bransje med troverdighet kan fremheve at de er spesielt gode på. Eller det kan brukes for å identifisere hva bransjen kan forsøke å bli bedre på, for å ta en ønsket posisjon i sterkere grad.

**SPØRSMÅL:** Sett kryss for alt fra denne listen som du mener passer godt for å beskrive [BRANSJENAVN] som arbeidsplass, ut fra hva du selv mener.

**KILDE:** Ungdomsundersøkelsen

### Opplevelses- og reiselivsbransjen tar omdømmemessig eierskap til de viktigste faktorene for unges valg

Posisjonskartet viser at de faktorene som er viktigst for flest unge, altså interessante arbeidsoppgaver og faglige/ personlige utviklingsmuligheter knyttes spesielt til disse to bransjene. Men også hotellbransjens omdømme knyttes til viktige ting, nemlig sikker jobb, mulighet til å jobbe med mennesker og relevans for utdannelsen.

Men dette er de store talls lov, altså det omdømmet bransjene har blant unge flest. Det som er interessant er jo når man bruker analysen til å identifisere hvilke styrker man kan spille på, og matcher det med de ungdommene som legger spesielt vekt på nettopp de samme tingene. Da har man et verktøy som kan bidra til mer treffsikker utforming av målgrupper og budskap.

**Hotellbransjen:** Forbindes med god personalpolitikk og som relevant for de med utdanning. Bør altså rette seg mot unge som er ambisiøse, trygghetssøkende og opptatt av å komme inn i proffe miljøer.

**Restaurantbransjen:** Forbindes med rask karriereutvikling og sosialt arbeidsmiljø. Bør altså rette seg mot unge som er "i farta", liker at ting skjer fort og er glad i et sosialt og impulsivt liv med høyt tempo.

**Reiselivsbransjen (reisebyrå o.l):** Forbindes med å ha mange muligheter videre og faglige utviklingsmuligheter. Bør altså rette seg mot unge som er litt usikre på hva de vil, men er faglig nysgjerrige og vil holde mange muligheter åpne.

**Opplevelsesturisme:** Forbindes med frihet i arbeidet og interessante arbeidsoppgaver. Bør altså rette seg mot frihetssøkende unge som er lei av å være bundet og styrt og som søker seg mot spenning og natur.

**Ingen:** Ingen av reiselivsbransjene forbindes i noen særlig grad med bruk av moderne teknologi eller høy årslønn. Disse vil kreve en stor jobb å skille seg ut på og ta eierskap til.

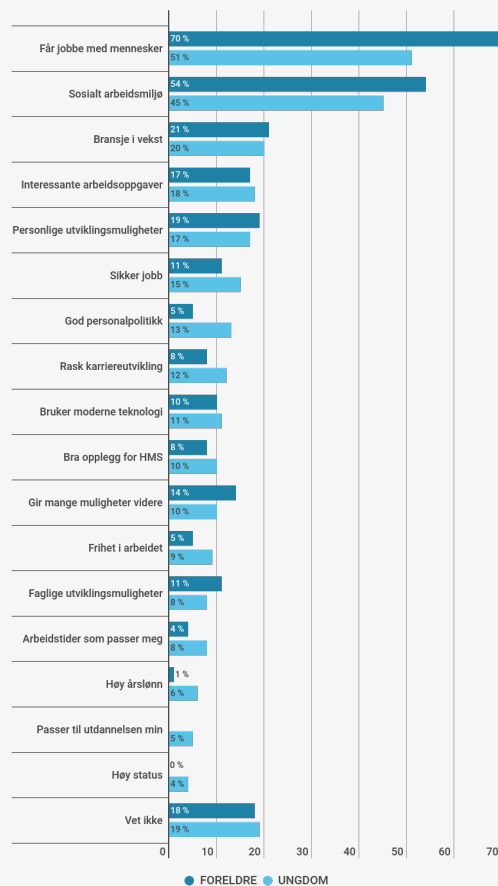
**Alle:** En del faktorer henger ikke spesielt sammen med noen spesielle bransjer, og passer dermed like godt eller dårlig på alle bransjene. Det gjelder høy status, godt opplegg for HMS, få jobbe med mennesker, bransje i vekst og personlige utviklingsmuligheter. Disse kan alle bransjer spille på (eller la være).

# Likheter og forskjeller i unges og foreldres inntrykk av reiselivsbransjene som arbeidsplass.

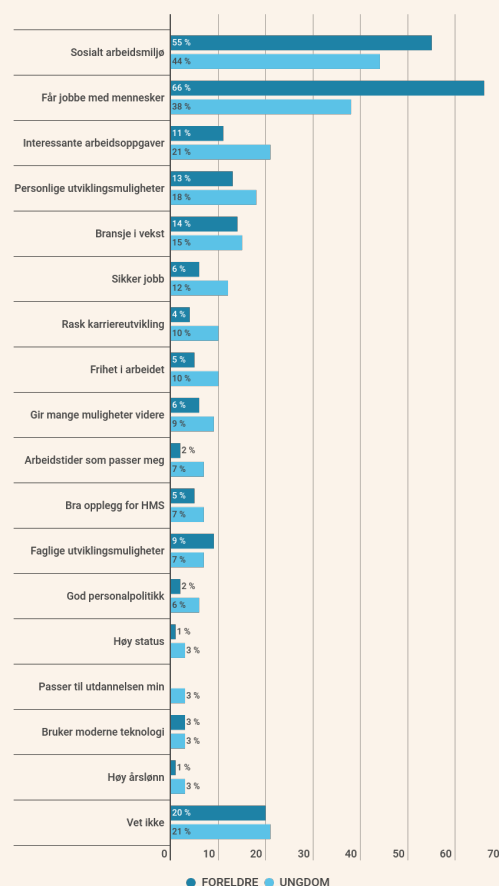
SPØRSMÅL: Sett kryss for alt fra denne listen som du mener passer godt for å beskrive [BRANSJ]ENAVN] som arbeidsplass, ut fra hva du selv mener.

KILDE: Ungdomsundersøkelsen og Foreldreundersøkelsen.

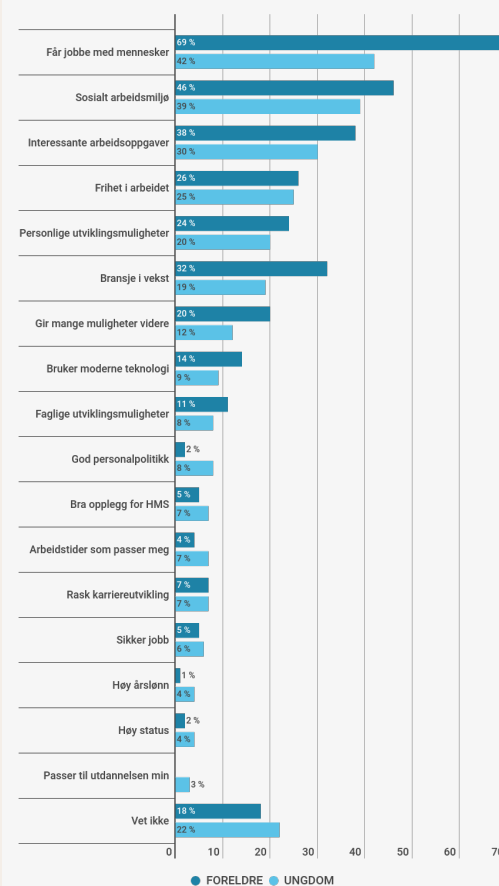
## Hotellbransjen



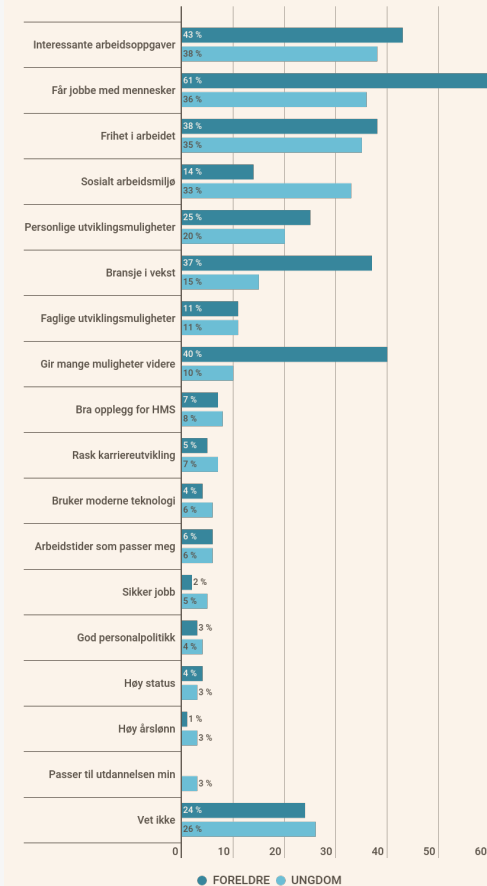
## Restaurantbransjen



## Reiselivsbransjen

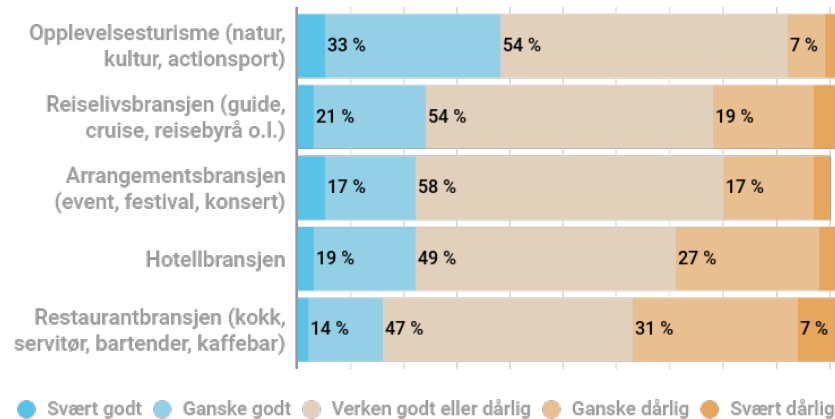


## Opplevelsesturisme



## Mange foreldre ser ikke hotell- og restaurant som attraktive bransjer for sine barn.

● Foreldrenes inntrykk av reiselivsbransjene som arbeidsplass for unge



SPØRSMÅL: Hvor godt eller dårlig inntrykk har du totalt sett av disse bransjene som arbeidsplass for unge som skal ut i arbeidslivet?

KILDE: Foreldreundersøkelsen

### Hotell og restaurant har dårlig standing hos altfor mange foreldre

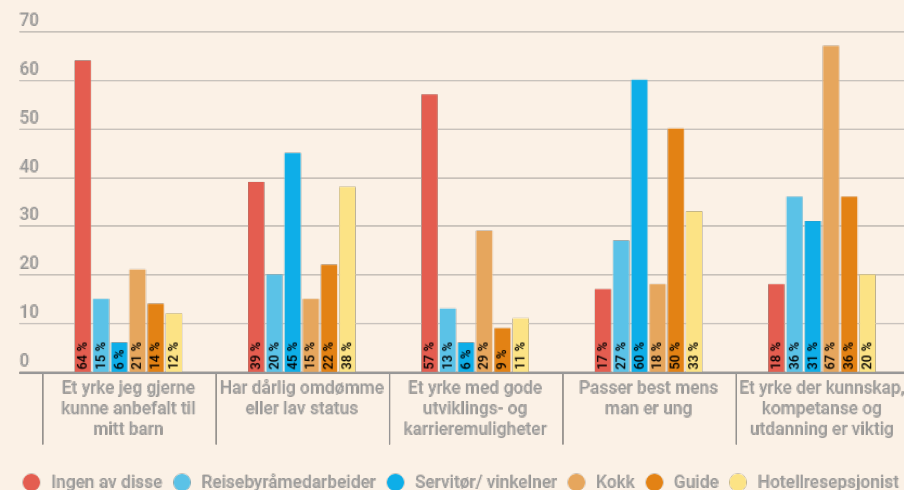
Kun 15% av foreldrene har et ganske eller svært godt inntrykk av restaurantbransjen som arbeidsplass for unge. 38% har et direkte negativt inntrykk. For hotellbransjen har 21% positivt inntrykk og 29% negativt. Svært nedslående tall med andre ord, og et klart signal om at her har vi en jobb å gjøre. Spesielt siden 27% av de unge sier at foreldrene er de man stoler mest på når det gjelder råd om eget valg av yrke og utdanning.

Opplevelsesturisme er bransjen flest foreldre har positivt inntrykk av (37%) som en god bransje for unge å gå inn i.

### 64% av foreldrene ville ikke anbefalt sine barn å jobbe i noen av reiselivsyrkene

Vi har spurt om noen av de største klassiske reiselivsyrkene. Få foreldre mener yrkene har gode utviklingsmuligheter, og mener flere av de passer best mens man er ung. De ser altså få fremtidsmuligheter i disse yrkene. Kokkeyrket er riktignok noe bedre rykte enn de andre, men allikevel langt fra det man skulle ønske.

● Foreldrenes inntrykk av en del yrker i reiselivsbransjen



SPØRSMÅL: Hvilke av disse yrkene passer til følgende utsagn?

KILDE: Foreldreundersøkelsen

*Målgrupper for rekruttering til reiselivsnæringen:*

Opptil halvparten av alle norske ungdommer er i målgruppen for rekruttering til reiselivsnæringen.

Det er mer enn nok unge som kunne tenke seg jobb i næringen. Det handler ikke om å gå bredt ut, men tvert i mot spisse seg mot de mest aktuelle. Hvem er så de, og hva er de opptatt av?



9%

av de unge vil  
gjærne jobbe i  
restaurant-  
bransjen



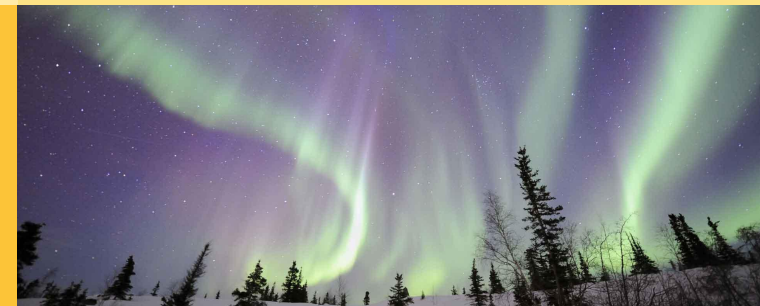
320.000

norske unge kan  
være aktuelle for  
jobb i reiselivs-  
næringen



1 av 5

unge vil gjærne  
jobbe i arr-  
angements-  
bransjen



Det er mange nok som virkelig vil jobbe i reiselivet til at man kan fokusere på disse, fremfor å gå bredt ut mot alle.



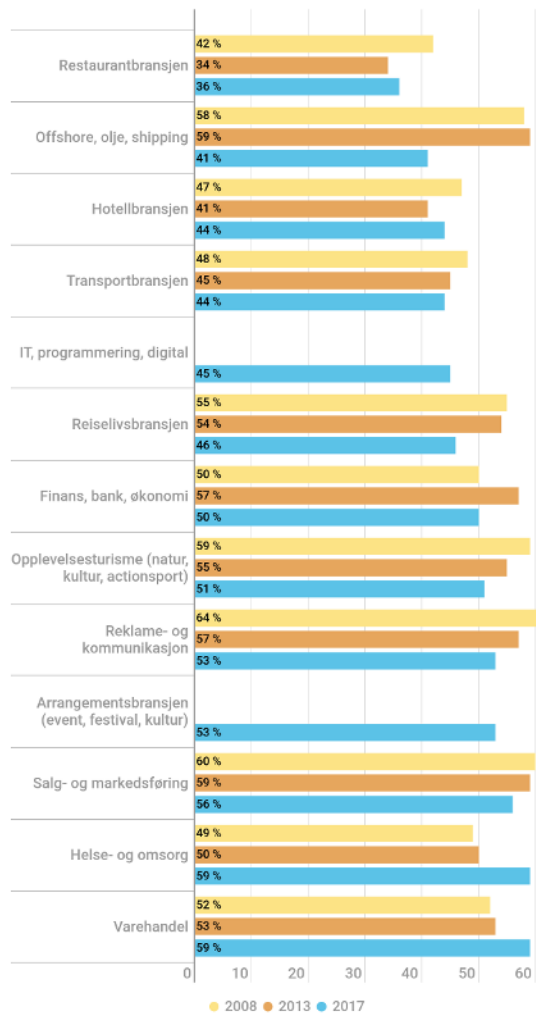
Helse/ omsorg og varehandel er reiselivets største konkurrenter om ung arbeidskraft. De appellerer til mange av de samme.



Arrangement og opplevelse er reiselivets "stjerner", og er bransjene som fanger flest unges interesse.

## Målgruppen er mer enn stor nok, selv når vi kun fokuserer på de som virkelig vil jobbe i reiselivet.

● Utviklingen i andel unge som ikke utelukker jobb i reiselivsbransjene



*SPØRSMÅL:* I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor noen av disse bransjene? (De som har svart helt sikkert, ganske sikkert eller kanskje).

**KILDE:** Ungdomsundersøkelsen

### Rundt halvparten av norske 15-25 åringer er aktuelle for jobb i alle reiselivsbransjene

Mange unge kunne tenke seg jobb i reiselivet, så potensialet for økt rekruttering er absolutt til stede om man trykker på de rette knappene og fjerner barrierer. Andelen spenner fra 42% som ikke vil avvise jobb i restaurantbransjen, til 53% for arrangementsbransjen. Opplevelsesturisme og reiseliv (byrå, destinasjon) har riktignok hatt en nedgang siste 10 år.

### Helse/ omsorg og varehandel er reiselivets største konkurrenter om ung arbeidskraft

Mange av de samme som kunne tenke seg en

jobb i reiselivsnæringen, kunne også tenke seg helse/omsorgsbransjen eller varehandel. Det henger antagelig mye sammen med ønsket om å jobbe med mennesker og service, og med muligheten til en praktisk rettet og god jobb som ikke krever en lang, teoretisk høyere utdanning.

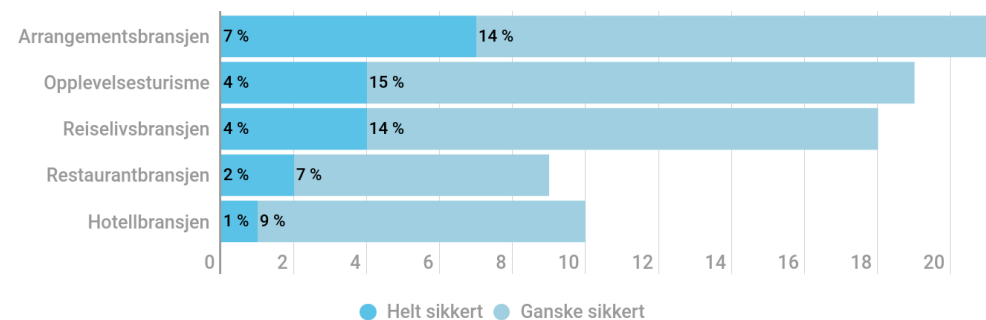
### Kjernemålgruppen er stor nok til at det holder å rette seg kun mot dem, og velge bort andre

Som tallene under viser, så bør det være tilstrekkelig å fokusere spisst på de som virkelig ønsker seg til hver bransje. Da vil man antagelig lykkes bedre i rekrutteringen, og unngå å bruke mye ressurser på de mange som er uaktuelle.

## Omtrentlig antall i hvert ungdomsårs-kull som er i kjernemålgruppa for rekruttering til hver bransje

Bransje	Hotell	Restaurant	Reiseliv	Opplevelse	Arrangement
Antall	6.400	5.700	11.500	12.000	13.500

● Andel som helt eller ganske sikkert kan tenke seg jobb i reiselivsbransjene (kjernemålgruppen)



*Motivasjoner og barrierer for å velge reiselivsnæringen som yrkesvei:*

De unges viktigste motivasjon for å vurdere jobb i reiselivet: Ønske om en sosial jobb med mennesker.

Næringen har vesentlige barrierer å overvinne før den blir sett på som en langsiktig karrierevei. Allikevel er mange av yrkene og oppgavene i reiselivet attraktive og interessante for de unge.





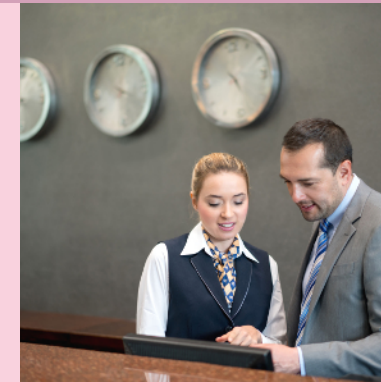
# 1 av 5

unge vil gjerne jobbe med å lage mat eller bli ekspert på drikker



# 65%

av de unge vil gjerne jobbe med mennesker



# 57%

av de unge vil gjerne ha lederansvar



Lav lønn, status og ubekvem arbeidstid taler i mot reiselivsjobb for mange, men ikke for de som faktisk ønsker å jobbe der.



Service, utviklingsmuligheter og sosialt miljø lokker de som er i kjernemålgruppen for reiselivsjobb. Men kokkene skiller seg en del fra andre.



Reiselivsyrkene har mange oppgaver og egenskaper som appellerer til svært mange unge. Det gjelder å dyrke frem og synliggjøre disse.

## De fleste av de som ønsker seg til reiselivet lokkes av å yte service, det sosiale eller friheten.

- Viktigste grunner til å kunne tenke seg en jobb i reiselivsbransjene

	Hotell	Restaurant	Reiseliv	Opplevelse	Arrangement
Sosialt arbeidsmiljø	44 %	44 %	29 %	27 %	35 %
Får jobbe med mennesker	43 %	35 %	31 %	27 %	32 %
Interessante arbeidsoppgaver	36 %	41 %	51 %	55 %	53 %
Sikker jobb	18 %	12 %	6 %	3 %	1 %
Annet	12 %	14 %	11 %	9 %	8 %
Bransje i vekst	10 %	3 %	8 %	8 %	9 %
Personlige utviklingsmuligheter	9 %	14 %	19 %	24 %	20 %
Frihet i arbeidet	9 %	10 %	25 %	32 %	24 %
Gir mange muligheter videre	8 %	7 %	6 %	8 %	9 %
God personalpolitikk	8 %	4 %	4 %	4 %	3 %
Bra opplegg for HMS	7 %	5 %	3 %	7 %	5 %
Arbeidstider som passer meg	7 %	15 %	9 %	9 %	8 %
Høy årslønn	6 %	7 %	5 %	5 %	6 %
Rask karriereutvikling	6 %	6 %	5 %	4 %	4 %
Passer til utdannelsen min	3 %	2 %	4 %	5 %	8 %
Faglige utviklingsmuligheter	3 %	4 %	5 %	5 %	9 %
Bruker moderne teknologi	3 %	1 %	5 %	2 %	7 %
Yrkets status	2 %	4 %	3 %	3 %	4 %

SPØRSMÅL (stilt kun til de som ikke utelukker å jobbe i den enkelte bransjen): Hva er hovedgrunnene til at du kunne tenke deg å jobbe i følgende bransjer?

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

### Å få jobbe med mennesker lokker mange til reiselivet, og bør fremheves

Det er nettopp dette ønsket som i stor grad kjennetegner de som kan tenke seg en jobb i reiselivet. Det kommer ut som viktigste motivasjon blant de som faktisk kan tenke seg jobb i hotell- og restaurantbransjene. For mange unge vil dermed muligheten til å kunne yte service, ha et sosialt arbeidsmiljø og jobbe med mennesker, kunne oppveie mye av barrierene (lønn, status, arbeidstid). Motivasjonen for jobb i de tre andre bransjene handler mer om interessante arbeidsoppgaver og frihet, selv om det sosiale også er viktig der.

### Bransjene har mange fellestrekk som fenger de unge, men enkelte forskjeller finnes

Nederst på siden ser vi at det er mye av de samme tingene som motiverer de unge som

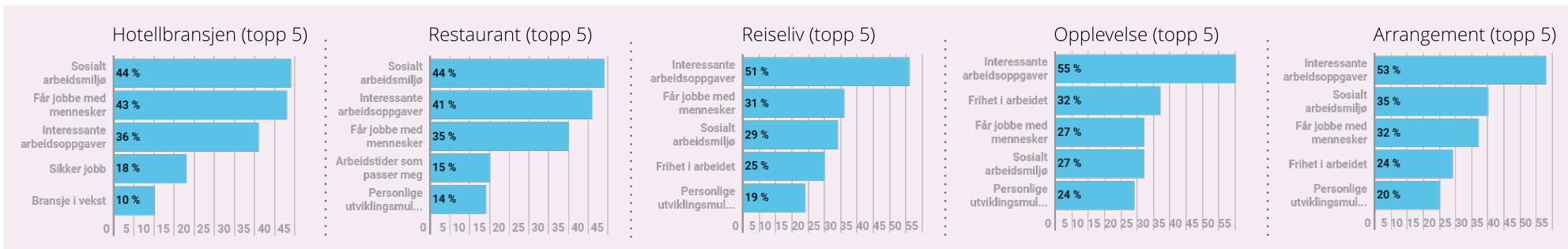
kunne tenke seg en jobb i de ulike bransjene. Spesielt det sosiale går igjen i alle. Men reiseliv, opplevelse og arrangement skiller seg ut ved at de i større grad kan lokke med frihet i arbeidet, i hvert fall slik de unge ser det.

**86%**  
av reiselivs-  
studentene tror de  
er i bransjen også  
om 10 år

### Reiselivsstudentene er mer opptatt av karriere i et større selskap

56% av reiselivsstudentene ønsker seg til hotellbransjen og 54% til destinasjonsselskap (tallene er ikke vist her). Disse topper ønskelisten. De sikter seg altså inn på litt større og kunnskapsdrevne selskaper der kan få brukt utdannelsen sin. Men også studentene er opptatt av mye av de samme motivasjonsfaktorene for sine jobbvalg: Mulighet til å jobbe med mennesker, yte service og ha gode utviklingsmuligheter.

- Topp 5 viktigste grunner til å kunne tenke seg jobb i bransjen, blant de som ikke utelukker respektive bransje som yrkesvei



## Reiselivsnæringen har mange interessante arbeidsoppgaver å tilby, mener unge flest.

### De fleste unge trigges av typiske reiselivsegenskaper som å jobbe med mennesker

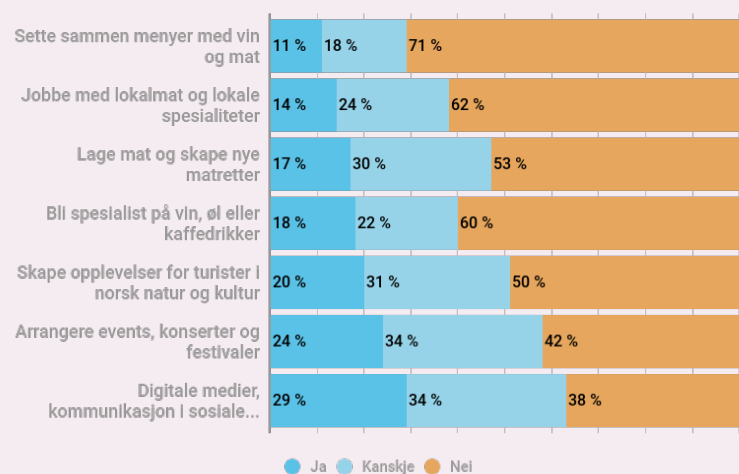
65% av alle unge sier det er viktig med en jobb med mennesker, 57% ønsker seg lederansvar og 56% vil ha en jobb hvor de kan yte service. Reiselivet leverer alt dette, ofte fra første stund i første jobb, og dermed er utgangspunktet godt for å lokke mange unge. Kanskje ikke overraskende: Jentene er litt mer opptatt av service og mennesker, gutta mer av lederansvar og teknologi.

### Nær 1 av 5 unge vil gjerne bli spesialist på drikke eller lage mat og nye retter

Det utgjør en ganske vesentlig andel av norsk ungdom, i praksis utgjør det 115.000 unge mellom 15 og 25 i dag. Det er altså mange som uttrykker klar interesse for jobber i serveringsbransjen. Også lokalmat fenger mange (14%).

Aller flest er nysgjerrig på en jobb hvor de kan jobbe med digitale medier og kommunikasjon, noe reiselivet trenger stadig flere til.

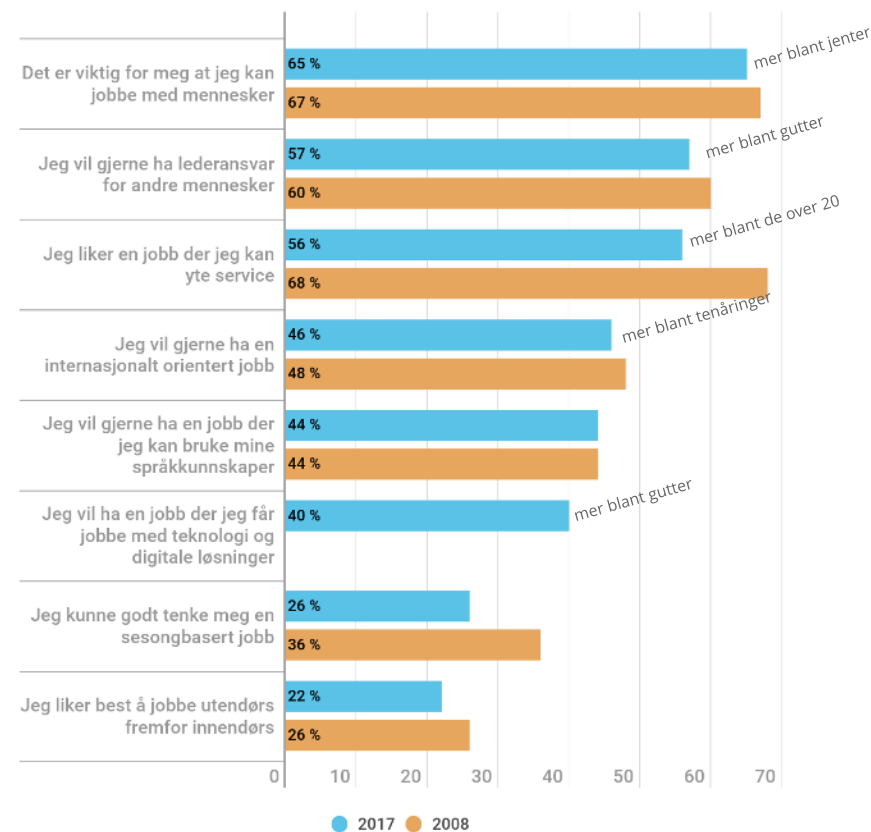
### ● Interesse for å jobbe med en del reiselivsrelaterte oppgaver.



SPØRSMÅL: Kunne du tenke deg å lære mer om, og jobbe med noen av disse tingene?

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

### ● Egenskaper de unge ser etter i en jobb.



SPØRSMÅL: Her følger noen utsagn som går på hva man kan like ved en jobb. Hvor godt passer disse utsagnene på deg? (Andel som har svar passer svært eller ganske godt).

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

## De som faktisk vil jobbe i yrkene forteller oss hva de legger vekt på: sosiale opplevelser

### ● Grunner til at de unge vil jobbe i noen utvalgte reiselivsykker

	Reisebyrå	Serv./ vinkelnr	Kokk	Guide	Hotellresepsj.
Interessante arbeidsoppgaver	52 %	41 %	39 %	54 %	35 %
Får jobbe med mennesker	39 %	49 %	3 %	51 %	45 %
Sosialt arbeidsmiljø	27 %	49 %	12 %	34 %	40 %
Arbeidstider som passer meg	27 %	16 %	12 %	23 %	27 %
Personlige utviklingsmuligheter	23 %	27 %	9 %	39 %	13 %
Faglige utviklingsmuligheter	21 %	16 %	18 %	20 %	15 %
Frihet i arbeidet	18 %	14 %	15 %	39 %	18 %
Gir mange muligheter videre	13 %	19 %	24 %	13 %	13 %
Passer til utdannelsen min	13 %	14 %	6 %	11 %	9 %
Sikker jobb	11 %	19 %	21 %	7 %	20 %
God personalpolitikk	11 %	14 %	3 %	8 %	11 %
Bruker moderne teknologi	10 %	14 %	3 %	5 %	13 %
Bra opplegg for HMS	8 %	14 %	15 %	8 %	11 %
Høy årslønn	8 %	11 %	27 %	7 %	4 %
Bransje i vekst	8 %	8 %	18 %	11 %	13 %
Rask karriereutvikling	6 %	8 %	9 %	13 %	7 %
Yrkets status	3 %	14 %	21 %	2 %	11 %

### ● Topp 5 viktigste grunner pr yrke blant de som er interessert i yrket

Reisebyrå	Servitør/ vinkelner	Kokk	Guide	Hotellresepsjonist
Interessante arbeidsoppgaver	Får jobbe med mennesker	Interessante arbeidsoppgaver	Interessante arbeidsoppgaver	Får jobbe med mennesker
Får jobbe med mennesker	Sosialt arbeidsmiljø	Høy årslønn	Får jobbe med mennesker	Sosialt arbeidsmiljø
Sosialt arbeidsmiljø	Interessante arbeidsoppgaver	Gir mange muligheter videre	Personlige utviklingsmuligheter	Interessante arbeidsoppgaver
Arbeidstider som passer meg	Personlige utviklingsmuligheter	Sikker jobb	Frihet i arbeidet	Arbeidstider som passer meg
Personlige utviklingsmuligheter	Gir mange muligheter videre	Yrkets status	Sosialt arbeidsmiljø	Sikker jobb

**SPØRSMÅL:** Hva er hovedgrunnen til at du kunne tenke deg å jobbe i følgende yrker? (Kun besvart av de som helt eller ganske sikkert kan tenke seg jobb).

**KILDE:** Ungdomsundersøkelsen

### Det sosiale teller mest for de som vil jobbe i reiselivsykker (status, karriere og lønn minst)

Når vi ser nærmere på noen konkrete, utvalgte yrker i reiselivet, får vi bekreftet det vi har sett hele veien: en jobb med mennesker og sosialt arbeidsmiljø er viktig. Vi snakker altså her om kjernemålgruppen av de som vil til yrket, og ikke ungdom flest. De som ønsker seg til servitøryrket er ennå mer enn andre opptatt av det sosiale. De faktorene yrkene i følge mange er dårligst på (f.eks. status, lønn) er ikke noe som vektlegges sterkt blant disse unge som ønsker seg dit. Og det er kanskje like greit. At interessante arbeidsoppgaver skårer høyt hos alle tar vi som en selvfølge som ikke trenger å kommenteres.

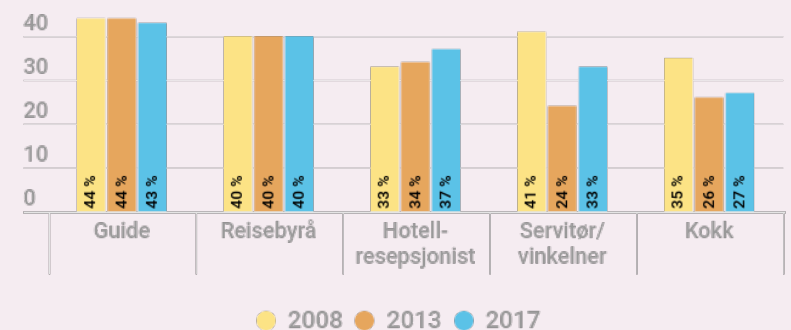
### De som vil bli kokk legger mer vekt på lønn og status enn andre

De skiller seg dermed ut fra andre reiselivsinteresserte unge, som heller vektlegger det sosiale i større grad. Kokkespirene har dermed høyere forventninger til lønn, og ser også i større grad for seg et yrke med sikker jobb og mange muligheter fremover.

### Nedgang i interesse for jobb som kokk, andre holder seg stabil

27% av de unge kunne vurdert kokkeyrket, ned fra 35% for 10 år siden. Guide er det mest populære yrket blant de vi har med her: 43% vil ikke avvise å velge dette. Servitør fikk et "hopp" i interessen fra 2013 da vi la til vinkler i år.

### ● Utviklingen i interesse for å jobbe innenfor utvalgte reiselivsykker



**SPØRSMÅL:** I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor noen av disse yrkene? (Andel som har svart helt sikkert, ganske sikkert eller kanskje)

**KILDE:** Ungdomsundersøkelsen

## Lav lønn og ubekvem arbeidstid skremmer mange, men ikke de som vil til næringen.

### Mange av de som ikke vil jobbe i næringen oppgir lønn og arbeidstid som viktige grunner

Mange (de fleste) unge kan ikke tenke seg en jobb i reiselivet. Det er rett og slett ikke noe for dem. De viktigste grunnene til dette handler naturlig nok om at de i dag eller i fremtiden utdanner seg til noe annet, og at de rett og slett ikke synes arbeidsoppgavene er spesielt spennende.

Men deretter dukker også lønn og arbeidstider opp som grunn til å ikke ønske seg jobb i reiselivsbransjene. Spesielt gjelder dette for de som ikke ville vurdert hotell- og restaurantbransjene. Rundt 1 av 5 unge oppgir lønn som en viktig grunn. Nå spiller det kanskje ikke så stor rolle hva de som uansett ikke vil jobbe der mener, men det kan allikevel være viktig i utforming av næringens omdømme blant unge, dersom slike oppfatninger er utbredt. Og det har vi sett at de er, og kanskje aller mest hos foreldrene.

### Lav lønn og status er en utfordring for næringen, men kanskje ikke på kort sikt

**77%**  
av lederne i næringen sier lønn er barriere for rekruttering

Som vi så på forrige side, så er lønn, status og arbeidstider et mindre problem for de unge som ønsker å jobbe i næringen, enn for de som ikke ønsker det. Dermed er det ikke sikkert disse faktorene er en så stor barriere for rekrutteringen på kort sikt som man har trodd. De som virkelig vil til reiselivsyrkene vil kunne fanges uansett, fordi de ikke forventer høy lønn og status. Det gjelder bare å treffe dem og vektlegge andre ting, som det sosiale, trygg jobb og utviklingsmuligheter.

Derimot kan det være en utfordring på lengre sikt fordi oppfatninger om lav lønn, status og ubekvem arbeidstid skader næringens omdømme og kan hindre en del gode kandidater å søke seg til reiselivet i skole og jobb. Dermed vil effekten kunne bli stadig lavere "kvalitet" på nye ansatte og elever, dersom oppfatningene ikke snus over tid.

**57%**

av lederne mener bransjens status er viktig barriere for rekruttering

**55%**

mener ubekvem arbeidstid er viktig barriere for rekruttering til bransjen

**23%**

mener lite videreutviklingsmuligheter er en barriere, altså ikke så mange (her er mange foreldre uenig)

### ● Grunner til å ikke ønske seg jobb i reiselivsbransjene

	Hotellbransjen	Restaurant	Reiseliv	Opplevelse	Arrangement
Passer ikke til utdannelsen min	55 %	50 %	55 %	53 %	54 %
Ikke interessante arbeidsoppgaver	49 %	44 %	33 %	30 %	30 %
Lav årslønn	18 %	20 %	12 %	13 %	12 %
Ikke arbeidstider som passer meg	17 %	23 %	12 %	7 %	15 %
Lite frihet i arbeidet	13 %	12 %	6 %	4 %	3 %
Lite personlige utviklingsmuligheter	12 %	9 %	9 %	6 %	4 %
Annet	12 %	10 %	15 %	17 %	17 %
Gir få muligheter videre	10 %	12 %	10 %	8 %	8 %
Lite faglige utviklingsmuligheter	10 %	8 %	9 %	7 %	11 %
Yrkets status	9 %	6 %	8 %	4 %	5 %
Usikker jobb	6 %	11 %	13 %	19 %	17 %
Dårlig personalpolitikk	4 %	6 %	2 %	1 %	4 %
Ikke rask karriereutvikling	3 %	4 %	6 %	5 %	3 %
Ikke bransje i vekst	3 %	2 %	4 %	4 %	4 %
Dårlig opplegg for helse, miljø og sikkerhet	2 %	6 %	4 %	3 %	3 %
Bruker ikke moderne teknologi	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %
Lite sosialt arbeidsmiljø	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %
Får ikke jobbe med mennesker	0 %	2 %	0 %	1 %	1 %

SPØRSMÅL: Hva er hovedgrunnene til at du ikke kunne tenke deg å jobbe i følgende bransjer? (Kun besvart av de som ikke kunne tenke seg å jobbe med yrket).

KILDE: Ungdomsundersøkelsen

*Lav lønn, lav status og ubekvem arbeidstid er et mindre problem for de unge som ønsker å jobbe i næringen, enn for de som ikke ønsker det. Det tyder på at andre kvaliteter ved yrkene kan telle mer.*

# Konklusjoner og anbefalinger

The background features a white header area at the top. Below it, the page is filled with large, overlapping geometric shapes. On the left side, there is a vertical strip of orange. A large yellow triangle points downwards from the top left towards the bottom center. The remaining area on the right and bottom is filled with a solid purple color.

Vi har nå et solid datagrunnlag og innsikt om reiselivsnæringens kompetansebehov og unges yrkes- og utdanningsvalg. Men hva betyr det for næringen? Her er 10 konklusjoner og 6 anbefalinger om veien videre fra Opinion.

## 10 konklusjoner

- 1 Tilgang til kvalifisert kompetanse er den nest største utfordringen for næringen fremover, etter lønnsomhet.
- 2 Behovet for faglært kompetanse, særlig kokker, er dårligst dekket men også ansatte med høyere utdanning mangler.
- 3 Næringen ønsker seg flere unge med kompetanse og utdanning, men det gir lite status og er ikke viktig for å lykkes.
- 4 Behovet for den kompetansen som *faktisk* er viktigst for jobben er godt dekket, men den ivaretas ikke godt i dagens utdanning.
- 5 Mange nok unge har lyst på jobb i reiselivet til at vi kan fokusere målrettet på dem og velge bort alle de andre.
- 6 Foreldrene har et svært negativt inntrykk av de største yrkene våre, og bidrar til å vanskeliggjøre rekruttering.
- 7 Reiselivet ses på som en bransje mest for unge, så utviklingsmuligheter og karrierevei bør bli tydeliggjort bedre.
- 8 Næringen har mange fristende egenskaper som må frontes like mye som yrke/utdanning, via praktisk prøving.
- 9 Mange unge vil jobbe med service og mennesker i et sosialt miljø, og dette må dyrkes frem som næringens styrker.
- 10 Lav lønn, status og arbeidsforhold er viktige utfordringer å jobbe med, men avskrekker ikke så mye som vi tror.

# 6 anbefalinger om veien videre

Anbefalingene er Opinions råd og utfordringer til reiselivsnæringen basert på analysene i denne rapporten og andre erfaringer. De er ikke nødvendigvis sammenfallende med NHO Reiselivs oppfatninger.

1

*Våg å velge: Fokusér på de (mange) som faktisk har lyst til å jobbe i reiselivet og glem alle de andre som ikke vil. Da kan vi rendyrke det som gjør oss unike og attraktive for de unge vi aller helst vil ha tak i, og øke bransjens status.*

Rundt halvparten av 15-25 åringer i Norge er i målgruppen som for jobb i reiselivet. Noen yrker fenger fler enn andre, og kjernemål- gruppen (de som virkelig vil til næringen) utgjør ikke like mange, men det er flere enn nok å jobbe med.

Da kan vi tillate oss å fokusere på kun dem, bli bedre kjent med hva som gjør dem annerledes enn andre og ikke minst: tilpasse tiltak og budskap. Det gir mulighet til å få mer ut av ressursene, og bruke mer tid på å virkelig se den enkelte kandidat og ansatte.

Bruk tid på å identifisere de "profilene" som ønsker seg til din bransje (gjærne

ved bruk av analysene i denne rapporten). Ikke bare på kjønn og alder, men også motivasjon og personlighet.

De som vil til reiselivet er mer sosiale, mer impulsive og utålmodige, mer praktiske enn teoretiske, opptatt av at det skal skje ting og elsker service og å jobbe med mennesker (og natur, mat og drikke). Grip fatt i dette, og la det styre hvordan vi opptrer og hvem vi retter oss mot.

Kanskje gir det mer motiverte kandidater og ansatte som føler seg spesielle og ønsket. I så fall er det positivt for bransjens status.

2

*Kravene til kompetanse både øker og endres på de fleste områder. Da må vi gjøre noe med holdningene til utdanning generelt og med fagopplæringens innhold spesielt. Det er farlig dersom både bransje og elever/studenter føler at utdanningen ligger for langt unna det som trengs for å gjøre en god jobb.*

Reiselivsnæringen er i vekst og utvikling. Det er gjestene også: høyere og endrede krav, og økt mangfold. Reising, restaurantbesøk, opplevelsesferier og uteliv er ikke for de få. Det er for alle slags folk, alle aldre, alle nasjonaliteter.

Dette skaper muligheter for differensierte tilbud mot spesielle grupper, men betyr også at evnen til å skape gode gjesteopplevelser og håndtere mange typer situasjoner og mennesker ofte er viktigere enn formelle faglige kvalifikasjoner. Produktkunnskapen som kreves er også mer variert i takt med økt mangfold, høyere gjestekompetanse og skiftende trender. Ikke minst er *digital kompetanse* langt viktigere, også for de på "gulvet", enn for kun få år siden.

Det kreves nå en optimal kombinasjon av *utdanning* og *personlige egenskaper* for å lykkes

fremover. Vår analyse tyder på at begge deler er i ferd med å bli en utfordring for dagens opplæringstilbud.

De klassiske fagopplæringene er fortsatt gode på basisferdigheter, men henger ikke alltid med når det gjelder utstyr, råvarer og trender. I noen tilfeller, spesielt innen servitør, salg/service og til dels resepsjon, har kundekravene og teknologien endret seg raskere enn fagopplæringen.

Det er et varsko at mange av egenskapene bransjens ledere mener er viktigst for å lykkes, ikke dekkes godt (eller dekkes på umoderne måter) i utdanningen. Det handler om personlige egenskaper: evne til å skape gode opplevelser for ulike typer kunder, fortelle historier om steder, produkter og råvarer, og ikke minst digital kompetanse.



## 3

*Dårlig lønn, status og arbeidstider skjemmer næringens omdømme og gjør at en del gode kandidater velger oss bort. Men de som virkelig vil jobbe hos oss trigges av andre ting. Det kan utnyttes til å skape mer relevant og engasjerende omdømme. Vi må ikke bare snakke yrke og skole.*

For å være tydelig først: De tre faktorene er de største omdømmemessige problemene, spesielt for rekruttering til hotell- og restaurantbransjene. Vi kan tilføye uklare karriereveier til lista, som gjør at mange ikke ser næringen som et varig sted å være. Dette sier bransjen selv, det sier foreldrene og det sier også en god del av de unge.

På lang sikt må vi ta tak i dette, med tanke på næringens og yrkenes omdømme og attraktivitet overfor ambisiøse kandidater og ikke minst overfor foreldre. Noe kan korrigeres med kunnskap og informasjon, men vi kommer neppe unna å gjennomføre en del faktiske og kanskje kostbare endringer.

Allikevel: På kort sikt er det mye som tyder på at disse barrierene ikke er så store og ødeleggende som vi tror. Det er først og fremst de som uansett ikke vurderer reiselivsyrkene som

skremmes bort. Men *kjernemålgruppen*, de som uttrykt *ønsker* seg jobb i næringen vår, sier de er mindre opptatt av lønn, status og arbeidstid. De har antagelig allerede skjont og akseptert at de ikke får disse tingene, men lokkes allikevel av andre egenskaper ved yrkene.

Det er godt nytt, fordi det betyr at dersom vi kun fokuserer på kjernemålgruppen, så kan vi motivere ved å snakke om andre ting som reiselivsbransjene kan tilby bedre enn noen: Fokus på mennesker og service. Opplevelser. Rask vei til ledelse. Høyt tempo og et svært sosialt arbeidsmiljø. Personlig utvikling og ansvar.

Det er disse emosjonelle, sosiale og personlig motiverende egenskapene vi må snakke mer om til disse utvalgte. *Ikke bare om yrke og utdanning*, for kjenner de allerede til, siden de har valgt det.

## 4

*Foreldrene er viktige påvirkere og omdømmespredere. Men dessverre har de et negativt inntrykk av yrkene i næringen vår og vil ikke råde sine barn til å velge oss. De trenger å få bedre kunnskap og noen gode referanser og rollemodeller.*

Trist men sant: Svært få foreldre har et positivt bilde av næringen og yrkene våre. Samtidig er de en av den nest viktigste påvirkningskilde for unges yrkesvalg. 1 av 3 foreldre sier selv de øver bevisst påvirkning på barnas yrkesvalg.

Få foreldre snakker altså positivt om reiselivsyrkene, spesielt hotell og restaurant. De mener yrkene har begrensede fremtidsmuligheter (passer best mens man er ung), og har lav lønn og krevende arbeidsforhold. Unntaket er opplevelses- turisme som arbeidsplass, som har godt omdømme hos foreldrene.

Det er ikke krise i seg selv at de fleste foreldre ser negativt på store deler av næringen vår som arbeidsplass, så lenge det er nok som mener det

motsatte. Vi skal ikke nå alle. Men omdømmemessig er det et problem at såpass mange går rundt med slike oppfatninger.

Yrkesfag generelt har høy stjerne hos foreldrene. Et stort flertall er positivt innstilt. Det er altså ikke yrkesfagene, men reiselivs- næringen som er problemet.

Det bør utarbeides strategier og tiltak for å treffe foreldrene, trekke dem inn i tiltak på skolene og gi dem gode møter med næringen. gjerne i samarbeid med rådgivere/ skole og næringen selv. Betalte infokampanjer har ofte begrenset effekt, så ressurser bør prioriteres på personlige møter. Det er viktigst. Digitale aktiviteter og "content marketing" er også aktuelt.

5

*Kokkeyrket trenger ekstra oppmerksomhet: Både fordi det mangler mange faglærte og fordi de skiller seg fra andre i motivasjon og ambisjon. Dessverre er det ingen magisk "quick-fix", men mer fokus og en viss særbehandling kan hjelpe.*

Ukurante arbeidstider og lav lønn er ikke lett å endre over natta. Men faktum er at mange har en oppfatning av at kokkeyrket er slik. Mange av de som ønsker å bli kokk har allikevel høye forventninger til lønn sammenlignet med andre reiselivsbransjer. Problemet må dermed adresseres, og kunnskap spres for å vise at det er mulig å tjene gode penger og kombinere yrket med familieliv.

Men det er også andre ting som kan prøves: Kokkespirene er mer motivert av prestasjon og faglig utvikling enn andre. Det betyr at de vil respondere godt på å komme sammen med andre

av samme kaliber i et godt læringsmiljø. Og respondere negativt på det motsatte. Dessverre er ofte matfagene på VGS preget av elever med lave ambisjoner og motivasjon. Kan kokkene særbehandles og plasseres sammen med andre med tilsvarende ambisjoner for å unngå å miste motivasjon og falle fra?

Det vil også være en god idé å satse på sterkere personlig en-til-en faglig oppfølging, evt mentorering, av den enkelte elev både før og etter søkning til matfag for å sikre at de finner og holder på gløden for faget. Det krever tid, fokus og innsats.

6

*Praktisk prøving og møter med inspirerende og troverdige folk i yrket er beste måte å rekruttere unge. La oss blir best av alle bransjer på å ta i mot unge når de kommer på besøk og på å dyrke frem gode rollemodeller.*

Vi vet det fungerer bedre enn noen annet: La de unge prøve yrket i en seriøs og motiverende setting. Med andre ord: Godt planlagte og godt gjennomførte opplegg for besøk, hospitering og lignende (ikke tilfeldige, halvhjertede). Rekrutterings- tiltaket *Vi Dekker til Fest* (for restaurant- og matfag) er på sitt beste et praktisk tiltak som fungerer, men også det motsatte når gjennom- føringen er halvhjertet.

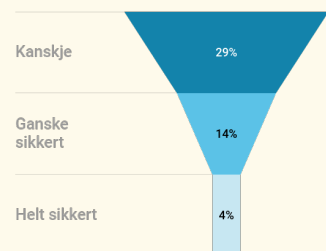
Det samme gjelder selvsagt for alle andre yrker og bransjer i reiselivet: De unge er ikke bortskjemt med (unge) voksne som tar seg tid til å vise dem yrket, gi dem en følelse av hvordan det er å jobbe der og svarer på konkrete spørsmål. Det bør heller ikke bare handle om selve yrket, men like mye om arbeidsmiljøet (hvordan er lokalene, utstyret?), det sosiale med

kollegene (hva slags folk jobber her?) og hvordan arbeidsdagen og betingelsene ser ut helt konkret. Det er nemlig dét de lunge urer aller mest på! Det er verdt tiden, ikke minst dersom man fokuserer på de blant de unge som virkelig ønsker seg til yrkene våre, fremfor å forsøke å treffe alle.

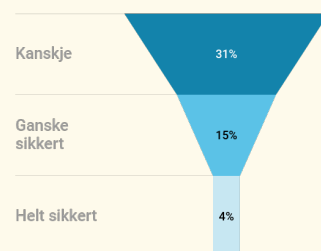
Vi mangler også gode rollemodeller. Da snakker vi ikke om tv-kokkene (som ikke alltid er gode rollemodeller), men om vanlige unge folk som lykkes og trives. De kan dyrkes frem i sosiale medier (hvor er reiselivsbloggerne/youtuberne? det er jo så mye spennende som skjer i en slik jobb!). Og de kan bygges opp som skoleambassadører som treffer de unge lokalt. Det viktigste er at de unge kan identifisere seg med dem: Ikke for gamle og ikke for "supervellykkede", men motiverende og dyktige i jobben sin.

[nhoreiseliv.no/kas](https://nhoreiseliv.no/kas)

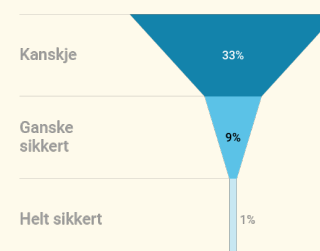
### Reiseliv



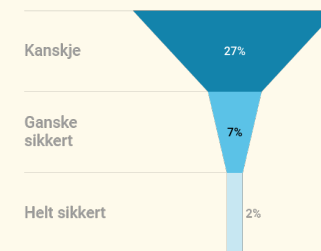
### Opplevelse



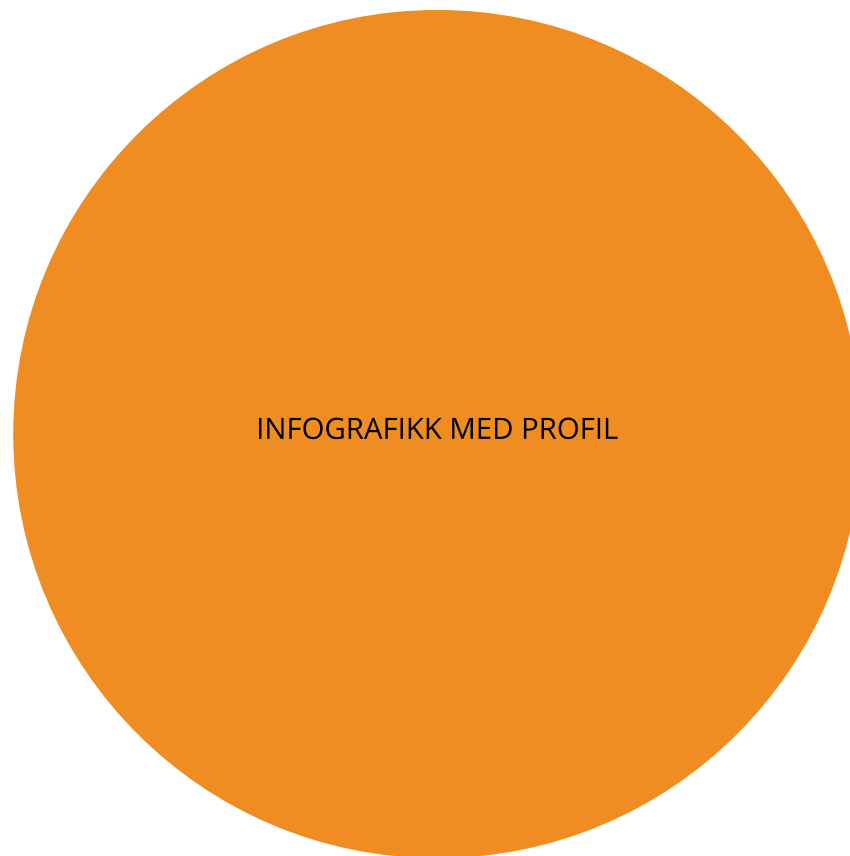
### Hotell



### Restaurant



Profil av de som vil  
jobbe i reiseliv +  
overlapp m  
konkurrenter -visuell  
side / infografikk  
(infogram?)



INN  
SOM SISTE SIDE PÅ  
TEMA 6 (posisjon og  
omdømme)

hva er trendy, fra ung og trender i tiden?  
stor fin infografikk om dette?  
konkurrerende bransjer?  
hvem mener hva om reiselivet?  
generelt om arbeidsmarkedet over tid?

fokus på KOKK og RESTAURANT?

Noe fra

## Vi er i konkurranse med andre, til og med andres oppfatning. Studentene kan forsvinne?

- Utviklingen i andel unge som ikke utelukker jobb i reiselivsbransjene

*SPØRSMÅL:* I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor noen av disse bransjene? (De som har svart helt sikkert, ganske sikkert eller kanskje).

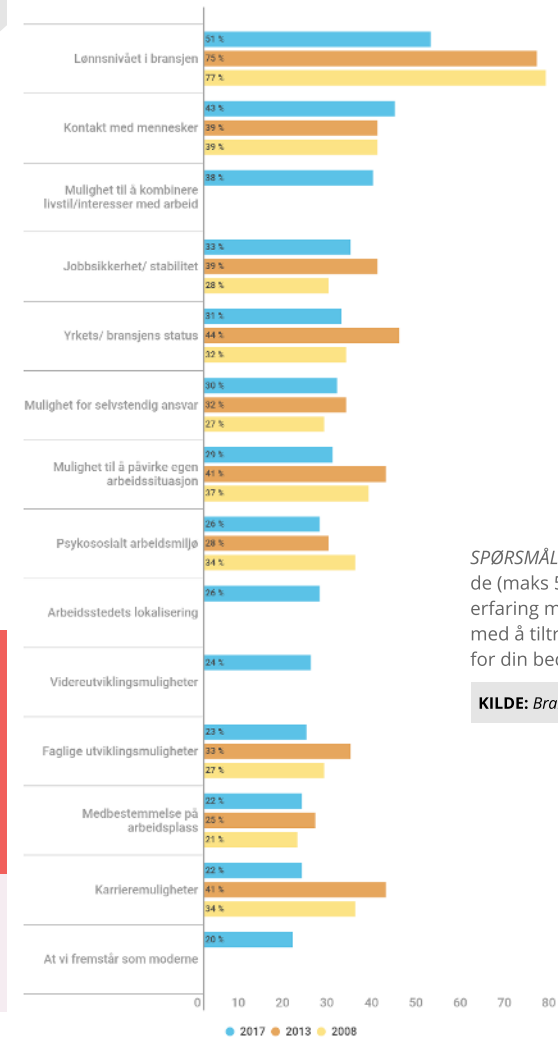
**KILDE:** Ungdomsundersøkelsen

86% av studentene vil jobbe i bransjen om 5 år. (s 98 i Martnes)

Hvilke andre bransjer de som kunne tenke seg å jobbe i reiseliv har på sin toppliste.

Tall om digitale kanaler s 69 i Marthes? Eller annet sted?

**BRYT NED PÅ DE SOM ØNSKER SEG TIL REISELIVET. HVA LEGGER DE MEST VEKT PÅ** ift s 28 , første på grønn (hva man legger vekt på når man skal velge utdanning/ yrke)



*SPØRSMÅL:* Vi vil gjerne at du krysser av for de (maks 5) faktorene som du basert på din erfaring mener er VIKTIGST for å lykkes med å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft for din bedrift de neste 1 til 5 år

**KILDE:** Bransjeundersøkelsen