

1. Indledning

Region Midtjyllands turismeindsats fokuserer på forretningsområderne kyst- og naturturisme, storbyturisme og erhvervssturisme. Desuden indeholder turismehandlingsplanen udvikling af regionale indsatsområder indenfor fødevarer, kultur, digitalisering og events. Endelig indeholder handlingsplanen en indsats rettet mod kompetenceudvikling. Indsatsen bidrager til at turistvirksomheder udnytter deres vækstpotentiale optimalt gennem løft i kompetenceniveauet, med henblik på at sikre en kvalificeret arbejdsstyrke, der imødekommer virksomhedernes behov.

Gennem denne analyse, undersøger KOBRA-projektet kompetencebehovet i den midtjyske turismebranche. Analysen er udarbejdet af KOBRA, der er 3-årigt skandinavisk analyseprojekt medfinansieret af Interreg ØKS programmet.

Resultatet af turismeanalysen indikerer, at der stadig er behov for en fokuseret indsats for kompetenceudvikling i den midtjyske turismebranche.

Skal den midtjyske turismebranche være konkurrencedygtig i 2025 kræver det, at vi understøtter, samarbejder der kan samle de mange små og store aktører, om at løse opgaven på tværs af regionen, endvidere skal vi sikre, at de midtjyske turismevirksomheder modtager den bedste service.

God læselyst.

2. Indikatorer

Denne analyse omfatter henholdsvis en kvantitativ og en kvalitativ redegørelse af turismeerhvervet i Region Midtjylland. Den kvantitative del tager udgangspunkt i statistisk datamateriale omhandlende antallet af virksomheder, køn, alder, uddannelse og geografi (vest og øst inddeling af Region Midtjylland). Til at understøtte det kvantitative datamateriale, tager turismeanalysen udgangspunkt i dialogmøder afholdt med 37 midtjyske turismevirksomheder.

3. Udfordringer i den midtjyske turismebranche

1. Service som konkurrenceparameter

I forbindelse med udarbejdelsen af turismeanalysen, blev der afholdt dialogmøder med 37 turismevirksomheder vedrørende deres kompetencebehov (se Turismeredegørelsen side 6). Tages der udgangspunkt i de udarbejdede casebeskrivelser (se Turismeredegørelsen side 22-31), er det især servicekompetencer, der efterspørges blandt de adspurgte turismevirksomheder.

I Region Midtjylland kan og skal vi ikke konkurrere på internationale lønninger og priser, men på at give vores udenlandske gæster den bedste oplevelse. De adspurgte virksomheder fremhæver især servicekompetencer som en mangelvare blandt deres medarbejdere. Dette er en udfordring i forhold til at sikre, at de udenlandske turister vender tilbage til Danmark, men også i forhold til at sikre, at de midtjyske turismevirksomheder leverer en høj service til de danske gæster.

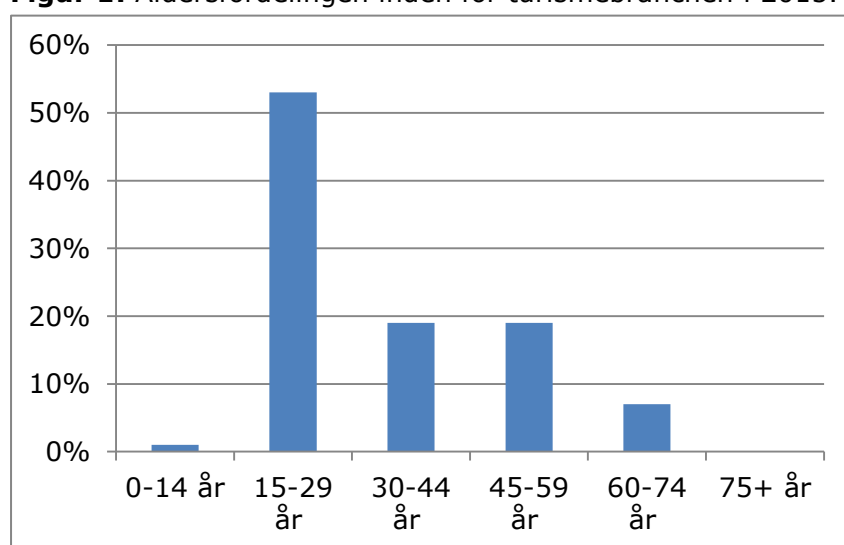
Hvis Region Midtjylland skal være turisternes favorit-destination, kræver det, at vi i fællesskab løfter serviceniveauet i turismebranchen, og understøtter det gode værtskab gennem opkvalificering af både ansatte i turismebranchen og ledige der er klar til at tage et arbejde indenfor faget.

2. Stor andel af unge i turismebranchen

Figur 1 viser, at unge i alderen 15-29 år med 53 procent udgør langt den største andel af den samlede arbejdsstyrke i Region Midtjyllands turismebranche. Denne alderssammensætning skaber både udfordringer og muligheder.

Muligheden er, at turismebranchen i modsætning til andre brancher ikke står overfor en generationskløft, hvor en stor andel af arbejdsstyrken forlader arbejdsmarkedet uden at blive erstattet. Udfordringen er dog, at en stor andel af de unge forlader jobbet efter en eller to sæsoner, dette er med til at vanskeliggøre længerevarende kompetenceløft af de unge medarbejdere. Gennem dialogmøderne, har de deltagende virksomheder påpeget, at deres medarbejdere skal udvikle deres servicekompetencer og forståelse af begrebet "det gode værtskab", hvis der skal tiltrækkes flere udenlandske gæster.

Figur 1: Aldersfordelingen inden for turismebranchen i 2015.



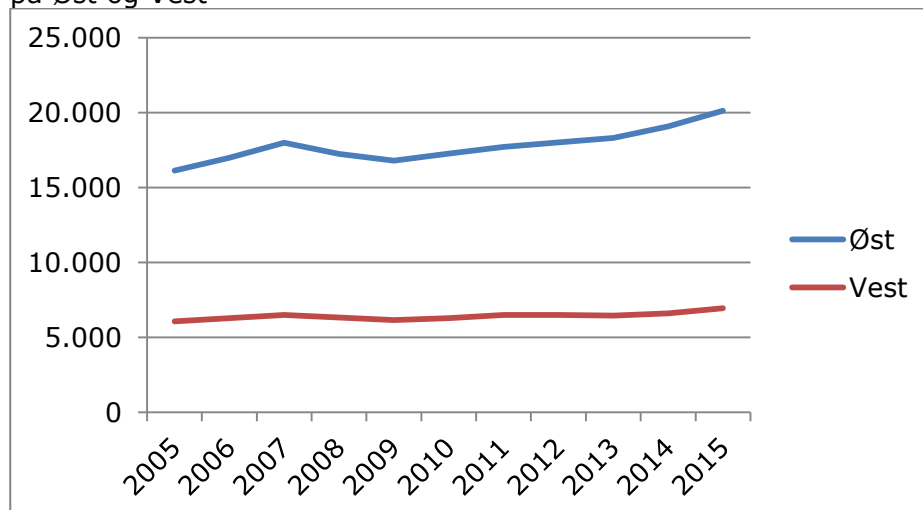
Turisterhvervet i Region Midtjylland har derfor en fælles udfordring i at sikre, at flere unge vælger en karriere inden for turismeerhvervet, samt sikre, at de unge medarbejdere der kun arbejder en eller to sæsoner tilegner sig basale servicekompetencer og stifter bekendtskab med "det gode værtskab".

3. Større stigning i beskæftigelsen i Østjylland

Figur 2 viser, at andelen af ansatte inden for turismebranchen er betydelig større i Østjylland end i Vestjylland. Dette er i sig selv ikke en udfordring, da befolkningsandelen også er større i Østjylland. Det fremgår dog af figur 2, at Østjylland i perioden 2005-2015, med en vækst i beskæftigelsen på 25 procent, oplevede en betydelig højere vækst end i Vestjylland, hvor beskæftigelsen i samme periode kun steg med 14 procent¹.

¹ Se Turismeredegørelsen side 43 for geografisk inddeling

Figur 2: Geografisk fordeling af ansatte inden for turismebranchen i Region Midtjylland fordelt på Øst og Vest



I en analyse udarbejdet af det Regionale Arbejdsmarkedsråd (RAR) Østjylland² og RAR Vestjylland³, vurderer 70 procent af hotel- og restaurationsvirksomhederne i både Øst- og Vestjylland, at der er mangel på arbejdskraft.

Turisterhvervet i Region Midtjylland har dermed en fælles udfordring i at sikre, at arbejdsudbuddet i Vestjylland udvides, så vi imødekommer mulige flaskehals udfordringer.

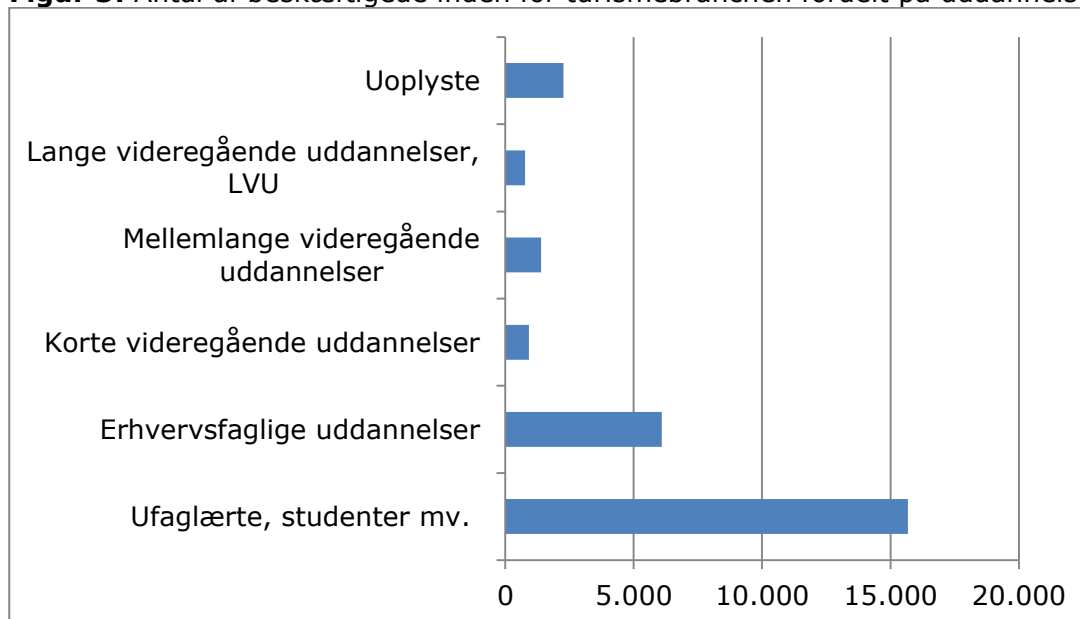
4. Stor koncentration af ufaglærte i den midtjyske turismebranche kræver opkvalificering

Et af kendetegnende ved turismebranchen, når der tales om uddannelse og kompetencer er, at branchen i høj grad udgøres af ufaglærte. Figur 3 viser, at ca. 15.500 af de ansatte i turismebranchen, svarende til ca. 58 procent af de ansatte i turismebranchen, er ufaglærte.

² RAR Østjylland, Arbejdsmarkedsanalyse, 2015

³ RAR Vestjylland, Arbejdsmarkedsanalyse, 2015

Figur 3: Antal af beskæftigede inden for turismebranchen fordelt på uddannelsesniveau i 2015



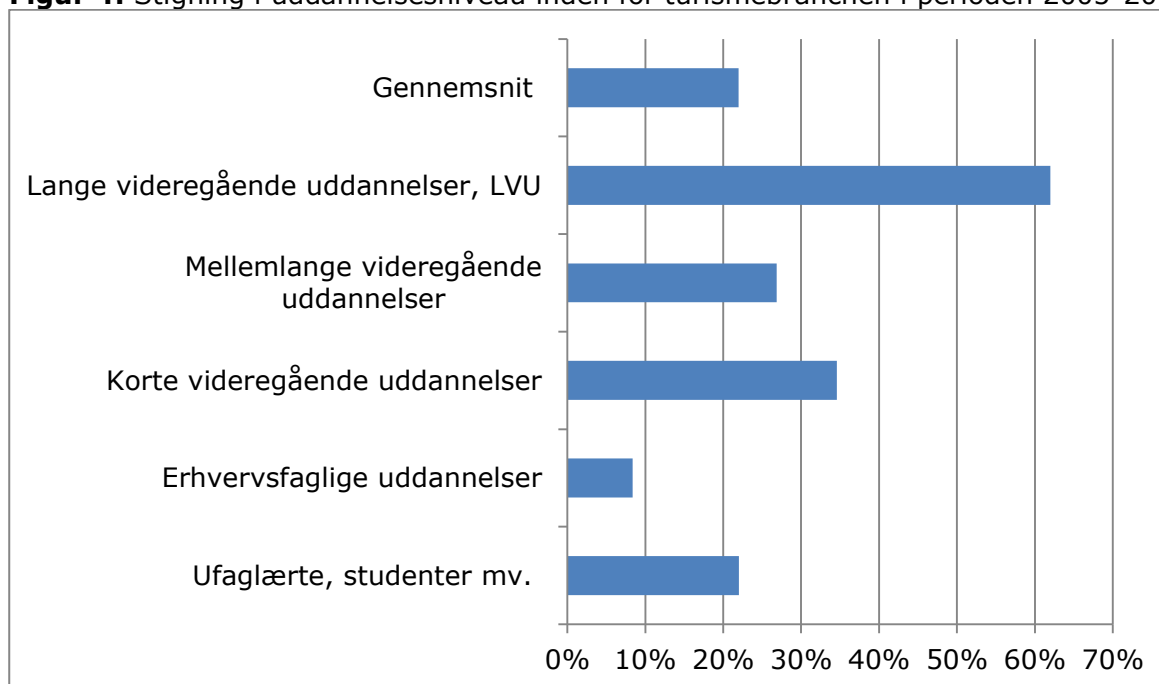
Turismebranchen er, som tidligere nævnt, kendetegnet ved en stor og konstant andel af ufaglærte. Andelen af ufaglærte er i perioden 2005-2015 steget med 22 procent, som det fremgår af figur 4 (side 5). Den store koncentration af ufaglærte er i sig selv ikke en udfordring, da dette også skaber jobmuligheder for personer, der ikke har en erhvervsfaglig- eller videregående uddannelse. På dialogmøderne efterspurgte mange af de adspurgte virksomheder dog personer med sproglige kompetencer, der blandt andet gør dem i stand til at kommunikere med de mange tyske gæster.

Turisterhvervet i Region Midtjylland har dermed en fælles udfordring i at sikre, at flere inden for turisterhvervet modtager sprogkurser, hvor de kan tilegne sig basale sproglige kompetencer inden for blandt andet tysk. En opgradering af de ansattes sproglige kompetencer vil bidrage til gæsternes helhedsoplevelse, hvilket kan bidrage til væksten i den midtjyske turismebranche.

5. Behov for flere faglærte i turismeerhvervet

Figur 4 viser, at antallet af ansatte i turismebranchen med en erhvervsfaglig uddannelse i perioden 2005-2015 kun er steget med 8 procent, selv om flere analyser indikerer, at der er mangel på især kokke og tjenerne.⁴

⁴ RAR Vestjylland, Arbejdsmarkedsanalyse 2015

Figur 4: Stigning i uddannelsesniveau inden for turismebranchen i perioden 2005-2015

Endvidere viser en fremskrivning foretaget af KOBRA, at andelen med en erhvervsfaglig uddannelse inden for hotel- og restaurationsbranchen, vil falde fra 22 % i 2015 svarende til 4.169 ud af 18.769 personer, til 19 % i 2035 svarende til 4.407 ud af 22.693 personer (se Turismeredegørelsen side 19-21). Dette er en udfordring, da de adspurgte virksomheder blandt andet peger på, at der er mangel på kokke og tjenere.

Det midtjyske turisterhverv har dermed en fælles udfordring i forhold til at sikre, at flere unge vælger en erhvervsuddannelse, og gør karriere inden for turismefagene.

4. Eksempler på indsatser

Turismebranchen er allerede højt prioritet i Region Midtjylland, og der er iværksat en række indsatser med henblik på at øge kompetenceniveauet blandt de midtjyske turismevirksomheder. Dette afsnit præsenterer tre eksempler på indsatser, der er blevet iværksat i Region Midtjylland⁵.

Dansk Kyst- og Naturturisme: Danske Turismekompetencer

Adgangen til kvalificeret arbejdskraft er en forudsætning for, at de danske turismevirksomheder kan udfolde deres fulde vækstpotentiale. Derfor har Dansk Kyst- og Naturturisme sammen med Region Midtjylland og andre regioner iværksat projektet "Danske Turismekompetencer". Gennem projektet gennemføres en række skræddersyede forløb, der bygger videre på eksisterende kompetencer hos ledere og medarbejdere i de involverede turismevirksomheder med henblik på at understøtte virksomhedernes vækstmålsætninger.

Midtjysk Turisme: Det professionelle turisterhverv

Det er centralt, at de lokale turistorganisationer i fremtiden fungerer som professionelle omdrejningspunkter for den lokale og regionale turismeudvikling. Det indebærer, at de lokale

⁵ For flere indsatser se Turismeredegørelsen side 32-33

turistorganisationer undergår en forandrings- og udviklingsproces, og at denne udvikling tager afsæt i følgende forandringsdrivere:

- Omstilling fra offline til online.
- Fra foreningsdrift til professionel virksomhed.
- Fra turistinformation til turistservice.

Med afsæt i de tre forandringsdrivere gennemførte partnerne en række projektindsatser, der skulle løfte og styrke det organisatoriske set-up, skabe en øget og bedre anvendelse af ny teknologi, øge innovation, videndeling og -opbygning samt skabe en mere kvalificeret arbejdsstyrke i relation til en reel omstilling og redefinerings af centrale jobfunktioner, arbejdsområder og organisationsstrukturer.

Viden Djurs: Branchepakke til flygtninge

Arbejdsudbuddet er vigtigt, hvis vi skal sikre de midtjyske turismevirksomheder en tilstrækkelig mængde arbejdskraft. Derfor har man på Djursland i tæt samarbejde med jobcentret iværksat en branchepakke for flygtninge. Branchepakken forsøgte at imødekomme manglen på arbejdskraft inden for turismebranchen, ved at give flygtninge mulighed for at lære det danske serviceområde at kende, med henblik på at gøre dem klar til at kunne tage et praktikophold, og senere komme i beskæftigelse. På kurset blev der blandt andet undervist i hygiejne og madlavning.

5. anbefalinger

Der er et stort potentiale, og et erkendt behov for kompetenceudvikling, blandt de midtjyske turismevirksomheder. Derfor har alle relevante aktører i Region Midtjylland en fælles opgave i at sikre, at de midtjyske turismevirksomheder i fremtiden hører til i toppen af den europæiske turismeelite.

Med udgangspunkt i turismeanalysen har Learnmark Horsens, i regi af KOBRA, udviklet et koncept, der skal fungere som innovationsworkshop mellem henholdsvis virksomhedskonsulenter og turismevirksomheder. Målet er, at deltagerne i fællesskab udtænker nye løsninger på, hvordan udfordringerne inden for turismeerhvervet kan imødekommes. Konceptet forventes afprøvet i 2018.

Løsningen på turismebranchens udfordringer er dog ikke at iværksætte flere indsatser. Det er derimod et spørgsmål om at sikre sammenhæng mellem erhvervs-, beskæftigelses- og uddannelsesindsatsen i Region Midtjylland. På baggrund af ovenstående udfordringer, har KOBRA formuleret tre anbefalinger, der kan være med til at imødekomme ovenstående udfordringer.

1. Overblik over de mange turismeindsatser og målrettet vejledning indenfor turismeerhvervet på tværs af uddannelsesniveauer

En forudsætning for brugen af de mange uddannelses tilbud inden for turismefaget er brugernes kendskab til mulighederne inden for både det ordinære uddannelsessystem, samt voksen- og efteruddannelsessystemet.

En måde at opnå dette på, er ved at samle alle uddannelses tilbud på én fælles platform. Dette vil være med til at skabe overblik på tværs af uddannelsesinstitutionerne. Derudover bør uddannelsesplatformen kommunikeres ud til virksomheder, uddannelsesinstitutioner og jobcentre, med henblik på at sikre kendskab til mulighederne inden for turismeerhvervet på tværs af erhvervs-, uddannelses- og beskæftigelsesindsatsen.

2. Mere fleksible uddannelsesforløb

For turismevirksomhederne er en af de væsentligste barrierer for at sende deres medarbejdere på efteruddannelse, at de i en periode må mangle deres medarbejdere. Skal virksomhederne gøre brug af de mange uddannelsestilbud der retter sig mod turismebranchen, kræver det at kursusudbyderne målretter deres uddannelsestilbud mod turismebranches særlige behov. KOBRA anbefaler derfor, at:

a. Der udvikles mere fleksible uddannelsesforløb

Turismevirksomhedernes åbnings- og arbejdstider er nødt til at indgå i kursusudbydernes udarbejdelse og afholdelse af kurser.

b. E-learning anvendes som undervisningsværktøj

Med henblik på at imødekomme potentielle geografiske udfordringer, bør kursusudbydere undersøge hvordan E-learning og livestreaming kan anvendes som et undervisningsværktøj i forbindelse med afholdelse af kurser.

c. Der udvikles powerevents til sæsonarbejdere:

En stor del af de ansatte i den midtjyske turismebranche er unge ufaglærte, studenter og studerende der primært arbejder i sommersæsonen. Der er derfor et stort potentiale i at udvikle 1-2 dages kurser, der sætter de unge i stand til at yde en god service i deres respektive virksomheder.

d. Turismevirksomhederne inddrages i uddannelsesplanlægningen:

Det er turismevirksomhedernes behov, der skal være i centrum for uddannelsesplanlægningen. Derfor bør turismevirksomhederne inddrages mere i udviklingen af kursusforløb rettet mod turismebranchen.

3. Et sammenhængende opsøgende system skal sikre kompetenceudvikling

Turismebranchen, og andre brancher i Region Midtjylland, gør stadig kun i begrænset omfang brug af de mange kompetenceudviklingstilbud i regionen. En bedre koordination af den virksomhedsopsøgende indsats skal sikre, at flere virksomheder begynder at arbejde strategisk med deres kompetenceudvikling. Dette kan ske gennem realkompetencevurderinger af medarbejdere, eller ved at udarbejde kompetenceplaner der understøtter virksomhedernes forretningsplaner.

Et eksempel på en konkret anbefaling til et mere sammenhængende system er, at samarbejdet i Midtjysk Erhvervsudviklingsakademi (MEA) intensiveres, med det formål at skabe et fælles sprog på tværs af uddannelses-, erhvervs- og beskæftigelsesindsatsen.