

Det här behöver besöksnäringen

Resultatet av behovskartläggning

**Besöksnäringen har
delat sina perspektiv på
hur vi kan nå fler unga.**

Så genomfördes kartläggningen

- Hösten 2025
- Enkäter och intervjuer
- 52 verksamheter svarade
- Främst små och medelstora aktörer
- Representerar bredden inom besöksnäringen; boende, restaurang, upplevelser och besöksmål.



Övergripande bild: De vill, men vet inte riktigt hur

- Aktörerna delar i stort sett samma utmaningar.
Att nå unga är ett generellt problem, inte branschspecifikt.
- Viljan finns. De ser målgruppen som viktig för framtiden, både som besökare och medarbetare.
- Sällan en prioriterad målgrupp, unga är en del av “alla”.
- Saknar rätt verktyg, kunskap och samarbetsstrukturer.



Önskat stöd från besöksnäringen

Företagen ser ett tydligt värde i satsningen Ung i Blekinge.

De efterfrågar främst stöd inom tre områden:

- kommunikation
- samverkan
- kompetensutveckling.

Utmaningen:
Det handlar inte bara
om kommunikation, utan om
helhetsupplevelsen av platsen.

**Det här behöver
besöksnäringen:**

Stöd i att nå unga i rätt kanaler

Problemet är inte att företagen kommunicerar för lite, utan att kommunikationen i många fall sker i fel kanaler, med fel tonalitet och utan ett tydligt målgruppsperspektiv.

De behöver:

- kunskap om vilka kanaler unga använder
- stöd i hur man kommunicerar i sociala medier
- konkreta exempel på innehåll som engagerar unga
- vägledning i TikTok, Instagram och nya format.

Kunskap om målgruppen unga

Det finns en osäkerhet kring målgruppen i sig och hur den fungerar.

Företagen behöver hjälp att förstå:

- Hur tänker unga?
- Vad engagerar dem?
- Vad värdesätter de, som besökare och som medarbetare?

Samverkan mellan aktörer

Viljan att samarbeta är stark, men det är idag spretigt. Många upplever att initiativ finns, men att de ofta sker isolerat, projektvis och utan långsiktig struktur.

Många lyfter särskilt behovet av samverkan med:

- kommuner
- skolor och utbildningar
- föreningsliv
- andra besöksnäringens företag
- regionala initiativ.

Stöd i att hitta, attrahera och behålla unga

Rekrytering och kompetensförsörjning är en tydlig utmaning. De tycker sig förstå vad de unga värdesätter i arbetslivet, men är osäkra på hur de kan möta dessa förväntningar i praktiken.

De efterfrågar exempelvis:

- bättre kontakt med skolor
- plattformar för att nå unga arbetssökande
- kunskap om hur man blir en attraktiv arbetsgivare för unga.

Utveckling av upplevelser för unga

Få har tydligt paketerade produkter eller upplevelser som är anpassade för unga. Företagen efterfrågar inspiration och affärsutveckling kring hur man paketerar erbjudanden som är relevanta för unga.

Det kan handla om:

- aktiviteter
- event
- sociala mötesplatser
- upplevelser kopplade till natur, kultur och sport.

Insikter från intervjuerna

Insikter från intervjuerna

- **Nå unga där de redan är:**

Unga nås bäst via skolor, föreningsliv och fritidsaktiviteter kopplade till deras vardag för bättre deltagande.

- **Delaktighet skapar engagemang:**

Unga vill aktivt delta och bidra i skapande av innehåll och beslut för större engagemang.

- **Alla är inte lika:**

Unga är en splittrad grupp med olika subkulturer och intressebaserade communities som kräver riktade initiativ.

- **Word of mouth och trovärdighet:**

Användargenererat innehåll och rekommendationer från unga skapar hög trovärdighet och påverkan.

Samlad slutsats

Besöksnäringen behöver inte bara enskilda kampanjer, utan långsiktiga förutsättningar:

- kunskap för att förstå och nå unga
- stöd i att kommunicera rätt
- bättre samverkan mellan aktörer
- verktyg för rekrytering och kompetensförsörjning
- inspiration för att utveckla relevanta erbjudanden och upplevelser.



SATSNING Ung i Blekinge