

TRENDRAPPORT

MORGONDAGENS KOMPETENS & MÖTESPLATSER

FRAMTAGEN AV PLACEBRANDER & SCIENCE PARK JÖNKÖPINGS LÄN | 2023

VAD HÅLLER DU I DIN HAND?

Klimatkrisen blir mer och mer akut. Den digitala utvecklingen drar fram snabbare än någonsin. Kompetensbristen är ett faktum i en mängd branscher - samtidigt som arbetstagare ställer högre krav på framtida arbetsgivare.

Men med stora utmaningar kommer ännu större möjligheter. Och i en tid där spelplanen hela tiden utvecklas, är förmågan att kunna hantera, förutse och agera efter förändringar i omvärlden en nyckelfråga för alla organisationer. Nationellt, så väl som i den lilla kommunen i Jönköpings län.

Därför har vi samlat några av Sveriges kunnigaste aktörer och trendspanare inom fem områden. Områden som det företagsfrämjande

systemet i Jönköpings län tillsammans identifierat som extra viktiga för framtidens lokala företag:

- Kompetens och mötesplatser
- Grön omställning
- Digital transformation
- Morgondagens kund
- Resiliens

Det du håller i din hand är den första delen i en trendrapportsserie bestående av fem delar - framtagen av Placebrander. Följ med oss när vi gläntar på dörren till framtidens kompetens och mötesplatser.

Rapporten är framtagen inom ramen för projektet Preview, som drivs av Science Park Jönköpings län och finansieras av Region Jönköpings län och Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Spanaren har ordet

Den här rapporten fokuserar på förmågan att attrahera kompetens och att skapa attraktiva mötesplatser. Innehållet är grundat på fakta från en mängd rapporter som beskriver skeenden i samhället kopplat till dessa områden. Ingen kan spå framtiden, men genom att sätta fingret på saker som händer just nu, kan vi identifiera trender. Trenderna kan ge ledtrådar om hur arbetsliv och mötesplatser kommer att se ut om fem eller tio år.

Rapporten beskriver på det stora hela generella trender för arbetslivet – alla åldrar och alla branscher. Vi fokuserar dock extra mycket på att förstå den unga generationen, som vartefter de tar större plats på era arbetsplatser också är med och formar framtidens arbetsliv. Många befintliga studier kopplade till framtidens arbetsliv fokuserar i hög grad på kontorsarbete, och därför finns en viss tyngdpunkt där.

Troligen kommer du någon gång under läsningen av den här rapporten tänka tankar i stil med "Det var väldigt vad många krav de har" eller "Kan vi inte bara fokusera på att jobba?". Det är fullt

normala tankar. Men vi vill uppmuntra dig att gå in i läsningen med öppna sinnen. Att inspireras och förhoppningsvis lära dig något nytt. Och komma ihåg att varje enskild individ inte präglas av alla tendenser som beskrivs i den här rapporten. Snarare förstå att alla tendenser pågår i samhället omkring dig på olika sätt och i olika grad.

Med de orden, häng med på en trendspaning! Vi kommer att resa till platser som Japan och Stockholm, men också till Nordnorge och Gnosjö. Trendrapporten har sin tyngdpunkt på det svenska perspektivet, men vi lever i en global värld och därför hämtar vi både fakta och inspiration från hela världen.

Trevlig läsning och lycka till!

/Helena Nordström, Placebrander



INNEHÅLL

Trend 1: Den flexibilitetssökande medarbetarens.5	Trend 6: Den Artificiella Kompetensens.21
Trend 2: Den ansvarstagade arbetsgivarens.9	Trend 7: Den globala rekryterarens.25
Trend 3: Den hälsofrämjande arbetsplatsens.12	Källor och länkars.28
Trend 4: Den magnetiska mötesplatsens.15	Tacks.29
Trend 5: Den attraktiva platsens.18	

1. Den flexibilitetssökande medarbetaren

BAKGRUND:

I takt med digitaliseringen och globaliseringen har möjligheterna för arbetstagaren blivit större. Världen har kommit närmare och vi ser fler sätt att göra karriär på. Guldlockornas tid är förbi sedan länge och arbetslivet betraktas av fler som ett enda stort smörgåsbord där arbetstagaren själv vill bestämma ordning och kombinationer.

80-talisterna ville ut i världen och klättra på klassisk karriärstege. De som är födda på senare delen av 90-talet och början av 00-talet, så kallade generation Z, eftersträvar i högre grad trygghet. Det yttrar sig i att de söker efter kontroll i antagningsprocesser. Också i att ett "Svenssons-liv" inte verkar så dumt. Trygghetssökandet beror på att de vuxit upp i en värld de upplevt som osäker. Individerna i denna generation är också mer olika varandra än någonsin. Det ökade utbudet har ökat fragmenteringen. Det märks i intressen, subkulturer och värderingar.

Ett exempel är att generation Z värdesätter familj, trygghet och hållbarhet, men vi ser också att fler tycker att det är viktigt att tjäna pengar. Intresse för aktier har ökat främst bland unga män. Intressen är en alltmer drivande faktor i vad unga identifierar sig med. Feminist, antirasist, träningsmänniska, gamer samt aktie-

och sparnörd är några av identiteterna som toppar listorna. De är krävande och har höga förväntningar på sina arbetsgivare, men imponerar också genom sitt värderingsstyrda förhållningssätt.

Pandemiåren 2020-2022 vände upp och ner på allas vår definition av arbetslivet. Många tvingades in i distansarbete och med det skedde en lavinartad utveckling inom digitala lösningar och nya arbetssätt för att anpassa oss till den nya tillvaron av hemarbete – även på de mest traditionella arbetsplatserna. Det har fört med sig nya krav och förväntningar på arbetsgivaren bland alla generationer.



Var tionde svensk väljer bort arbetsgivare som inte erbjuder distansarbete.

Dagens arbetstagare vet sitt värde - och ställer krav därefter. LinkedIn ser en ökning på 83% i omnämmandet av ordet flexibilitet i sina platsannonser och vi ser att just flexibilitet är den främsta förmånen. Var tionde svensk väljer bort arbetsgivare som inte erbjuder distansarbete. Och Airbnb meddelar att deras anställda kan jobba remote för alltid.

Enklare livspussel, lägre stressnivåer och ökad flexibilitet är några av fördelarna med distansarbete. Ökad ensamhet och utmaningar kring ledarskap,

sammanhållning och personalhälsa är några av nackdelarna. Enligt en global studie av Deloitte bland unga personer föredrar 75% hybrid- och distansarbete. Generellt har det funnits en större vilja från arbetstagarna än från arbetsgivarna att fortsätta med möjligheten att arbeta hemifrån. Skatteverket har gjort ändringar och just nu ser försäkringsbolag över regler för tjänsteförsäkringar för att anpassa till arbetstagarnas önskan om ett mer flexibelt arbetsliv.

En vanlig hybridkontorslösning är att arbetsgivare erbjuder sina anställda att bara vara på kontoret tre dagar i veckan. Den vanligaste dagen att vara inne på kontoret är onsdagar, vilket har medfört begreppet onsdagsberget. Det skapar trängsel och kaos på kontor och lunchrestauranger på just onsdagar.

Det blir vanligare med tillfälliga korttidsanställningar och frilansuppdrag. Utvecklingen drivs på av digitaliseringen och uppkomsten av olika typer av

delningstjänster och appar som Uber, Taskrabbitt och TipTap som visserligen också kritiserats för sina anställningsvillkor. Vi ser frilanssajter som Fiverr och Upwork samt smidiga lösningar som egenanställningsföretaget Frilans Finans där du kan frilansa utan att starta bolag. Det har också varit ett stort uppsving för ungas företagande de senaste åren. Digitala verktyg gör det enklare än någonsin att driva företag.

Konceptet boomeranging ökar och innebär att en tidigare medarbetare återanställs. Som arbetsgivare finns det flera fördelar med att återanställa, exempelvis att den nygamla medarbetaren redan har koll på företagets DNA och arbetssätt, samt att personen fått nya perspektiv och ny kunskap från tiden på ett annat företag. En avtackning är inte längre något som är för alltid - boomeranging kommer troligtvis bli en självklar del av gig-jobbandet. LinkedIn har hoppat på trenden och tipsar sina användare om att nästa position skulle kunna vara som boomerang employee.



EXEMPEL PÅ TENDEN

Pinterest ger sina anställda möjlighet att jobba upp till tre månader på distans från ett annat land. **Audi** gör ett pilotprojekt där de erbjuder skiftarbetare flexibla arbetstider. Men vi behöver inte resa längre än till **Tranås** för att se en plats som marknadsför sig som "Remote Work City" med ambition att få fler att folkbokföra sig i kommunen och arbeta på distans från Tranås.

Lite längre söderut i Gnosjö finns huvudkvarteret för **Ung Drive**, en rörelse som inspirerar fler unga att starta företag. Genom att ladda ner appen kan alla i åldern 0-18 år starta företag.

Efter pandemin gick **H&M** ut med ett krav för kontorsanställda i Sverige att vara minst 4 dagar i veckan på kontoret. Detta möttes med stort missnöje, protestlistor och utbredd negativ pressuppmärksamhet. **Spotify** har däremot sin "Working from anywhere"-policy som låter den anställda i samråd med närmaste chef bestämma varifrån arbetet ska utföras.



KONSEKVENSER

De arbetsgivare som är öppna för olika lösningar och kombinationer, kniper talangerna. Det handlar om att luckra upp gamla invanda arbetssätt och ge utrymme för nya idéer. Det är såklart inte alla roller som fungerar med distansarbete och deltidsarbete, men många gör det.

Det handlar om hur det faktiskt är på din arbetsplats, men det handlar också om hur du kommunicerar. Att ta fram en strategi för att vara en attraktiv arbetsgivare är något många gör och det är hög tid att uppdatera den i ljuset av allt som händer nu.

Att anpassa sig efter den flexibilitetssökande medarbetaren handlar inte om att inte ha några regler. Det handlar om att förnya reglerna.



TIPS

- Definiera era målgrupper utifrån kompetenser, men också utifrån drivkrafter och intressen. Vilka fritidsintressen kan en medarbetare på olika sätt få utlopp för genom att välja din arbetsplats?
- Låt medarbetarna vara med och arbeta fram en strategi för att vara en attraktiv arbetsgivare så att det blir ett inifrån- och utperspektiv.
- Testa er kommunikation på målgruppen. Ta in feedback och utveckla.
- Ta fram ett remote-program som är anpassat för ert företag – hur ni ska jobba, kommunicera och ha kul tillsammans på distans.
>> Inspireras av Angry Creative som lever efter devisen "remote first"
- Fundera på hur kompetensen ser ut i styrelsen. De här frågorna behöver diskuteras hela vägen från ägare till enskild medarbetare och däremellan agerar ofta en styrelse. Kommer de här frågorna aldrig upp i den typen av forum, blir de sällan viktiga för bolaget på riktigt.



Våga titta utanför komfortzonen!

Maria Svensson Wiklander, grundare the Remote Lab

Vad utmärker de arbetsgivare som lyckas navigera på ett bra sätt i tillvaron av distansarbete?

- Det som återkommer hos helt distansoberoende arbetsgivare är att de är väldigt genomtänkta i allt de gör. De har en tydlig roadmap som bryts ned till mål för team och enskilda medarbetare. De bygger sin kultur på tydliga värderingar som är vägledande och avgörande för varje beslut som fattas. Även om de flesta företag har värderingar så blir de sällan så avgörande som man vill. De värnar om transparens och självledarskap hos medarbetare. De drar sig för synkroniserad kommunikation och har utvecklat effektiva asynkrona kommunikationssätt. Teamen hålls ofta relativt små och de värnar om att ha en öppen dialog och ofta så kallade teamkontrakt som gör det tydligt vad som är normalt och förväntat i teamen. De mäter inte tid utan mäter i stället resultat och det relativt ofta, det vill säga på vecko- eller tvåveckorsbasis. De har en förkärlek för struktur och dokumentation och ingen är för senior eller för högt uppsatt för att dokumentera.

Vad är det vanligaste misstaget?

- Att inte skilja på arbetssätt och arbetsställe - var man jobbar och hur man jobbar. Jag vill gå så långt att jag hävdar att det inte finns något som heter

hybridarbetsätt utan att det bara inger en falsk förhoppning om att man kan fortsätta som tidigare. Oavsett om man tillåter medarbetare att vara på distans endast någon dag i veckan så kommer detta kräva att man har möjlighet att arbeta helt på distans och att det alltid kommer att vara någon medarbetare i teamet som inte är på kontoret samtidigt som de andra. Detta kräver att man ställer om arbetssätten och kommer att påverka hela organisationen. De företag som inte ser möjligheterna i att ställa om kommer att uppleva de största nederlagen - det är som med det mesta, tror man inte att det kommer att fungera så gör det sällan det heller.

Vad har du för tips till arbetsgivare i Jönköpings län när de ska attrahera talanger?

- Våga titta utanför komfortzonen och skapa möjligheter för människor att vara flexibla med sina arbeten så att de också kan leva de liv de vill. I ett av mina tidigare bolag så hade vi visionen "att vara den bästa byrån att arbeta på och med". Detta innebar för oss också att ge möjlighet till våra anställda att leva de liv som de ville, var de ville. Många flyttade såklart och det var där mitt intresse för distansoberoende organisationer startade för 12 år sedan.

2. Den ansvarstagande arbetsgivaren

BAKGRUND:

Vi lämnar en tid bakom oss där företags CSR-arbete (Corporate Social Responsibility) ofta var en "sidan-om-företeelse" som gick ut på att göra en avgränsad insats som att skänka pengar till ett välgörande ändamål för att bättra på det dåliga samvetet.

Idag ska hållbarhet helst genomsyra affären och företaget. De flesta nya företag som bildas har hållbarhet i sitt DNA på ett eller annat sätt. Klimathotet är ett faktum och högre medvetenhet råder kring miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet. Jämställdhet, mångfald och inkludering är frågor som lyfts högre på agendan och vi har en helt annan samhällsdiskussion kring vad som är rätt och fel i en värld som tyvärr på många håll fortfarande präglas av orättvisor och ojämlikhet.

Det räcker inte längre att prata svepande om hållbarhet. Vi genomsådar fluffigt hållbarhetsnack utan grund, så kallat Green Wash. Vi vill ha fakta och siffror. Och i en digital värld där vi betygsätter hotell, arbetsgivare och kollegor är det bäst att sköta

sig. Begreppet Green Wash har fått kompisbegreppen Green Hush som innebär att du gör bra saker utan att berätta om det, och Green Trash som innebär att du varken gör något kring hållbarhet eller kommunicerar. Slutligen finns det mer eftersträvarvärdade begreppet Green Cash som innebär att du gör kloka saker för att bidra till en bättre värld, kommunicerar det på smakfulla sätt och också tjänar pengar på det.



Inkluderande organisationer genererar upp till 30% mer intäkter per anställd.

Vi vill omge oss av varumärken som är transparenta, gör gott för världen och är schyssta mot kunder och anställda.

Samhällsintresset är stort bland unga, men de rör sig bort från traditionella sätt att engagera sig. Istället vill de vara del av så kallade communitys som är mer flexibla och ofta i digitala sammanhang. Där känner de gemenskap och kan engagera sig utan tvång, men också att de faktiskt kan påverka. De tar

ställning och vi får bekanta oss med begrepp som cancel culture och call-outs, som innebär att avfölja och bojkotta företag som gör saker som de anser är fel.

Generellt sett har unga människor högre förväntningar på arbetsgivarens hållbarhetsarbete.

Enligt en global studie från Deloitte genererar inkluderande organisationer upp till 30% mer intäkter per anställd. Där ser vi också att unga personer vill att deras arbetsgivare ska göra mer för klimatet. Endast ett fåtal anser att deras arbetsgivare är genuint engagerade för att bekämpa klimatförändringarna. De vill se konkreta åtgärder.

Medvetenheten om att också kommunicera på ett inkluderande sätt ökar. Det handlar om hur vi uttrycker oss i platsannonser, vilka bilder vi

använder och vilka personer och berättelser vi lyfter fram. Enligt en studie från jobbsajten Monster förväntar sig hela 94% av den unga generationen att företag arbetar jämlikt samt att de kommunicerar detta externt. Fler tillämpar fördomsfri rekrytering som innebär att personer söker jobb anonymt. Hos företag som tillämpar detta även i sin interna rekryteringsprocess ökar mångfalden bland de som blir befordrade.

Bara en tredjedel av alla unga tjejer är intresserade av teknik. Få tjejer beskriver sig som tekniska, betydligt fler som kreativa, vilket är en värdefull egenskap för att jobba med teknikutveckling, men som traditionellt inte förknippas med teknik. Teknikintresserade tjejer är mer intresserade av vad tekniken kan användas till än tekniken i sig. Nio av tio unga tror att ny teknik är viktigt för att lösa klimatutmaningen.



EXEMPEL PÅ TRENDEN

Konsultföretaget **EY** erbjuder sina medarbetare över hela världen att kostnadsfritt gå en masterutbildning inom hållbarhet. "Hej superflexibla, krishanterande, multitaskande chef" säger **Momternships** som erbjuder ett sätt för föräldralediga mammor att anträ arbetsmarknaden igen. Kommunikationsplattformen **Slack** adderar en inkluderande fonetisk funktion som gör det enkelt för teammedlemmar att uttala varandras namn.

Stop the wash är en antigreenwashingkampanj från **Wherefrom** som har copyright på 100 greenwashingslogos och lovat stämma alla som försöker använda dem. Detta genom att skriva en copyrightskyddad låt bestående av alla slogans.

Fler erbjuder sina medarbetare förmånsresor och enkla sätt att resa klimatsmart. "Rädda planeten-programmet" är en satsning av **Teknikföretagen** där syftet är att få unga att förstå att de genom att välja utbildning och jobb inom teknik kan vara med och utveckla hållbara resor, framtidens mat och innovationer som gör det lätt att göra rätt för klimatet.



KONSEKVENSER

Att vara en ansvarstagande arbetsgivare innebär att låta samtalet om hur ni bidrar till en bättre värld genomsyra allt ni gör. I spåren av att fler tar mer ansvar uppstår nya oväntade samarbeten. Vi ser nästa nivå av medskapande. Våra kunder och medarbetare vill gärna vara med och påverka. Olika typer av "publika labs" blir vanligare, det vill säga att släppa in framtida medarbetare och kunder i sin utvecklingsprocess – gärna i frågor som handlar om hållbarhet. Att öppna upp och jobba med medskapande kan vara lite besvärligt, men i gengäld kan det medföra högre innovationstakt och främjad affärsutveckling. För att hänga med i matchen kan fler företag behöva se över sin vision, mission och sitt löfte till både kunder och medarbetare. På riktigt!

Bristande teknikintresse bland främst unga tjejer innebär att fler av oss behöver engagera oss i våra framtida kandidater under unga år, redan under grundskolan. Det kan vara frustrerande för den som står med kandidatbrist just nu, men parallellt med ett offensivt kandidatsökande här och nu behöver fler tänka långsiktigt.



NÄSTA STEG

- En hållbarhetsstrategi behöver inte heta hållbarhetsstrategi och vara ett knasterortt pdf-dokument. Gör både processen och slutprodukten lustfylld. Det är både viktigt och roligt att bidra till en bättre värld!
- Låt någon göra en översyn av er kommunikation ur ett inkluderande perspektiv. Det är lätt att bli hemmablind och en översyn kan ge viktiga insikter om var ni behöver skruva på hur ni pratar.
- Kolla in **Årets unga ledande kvinna** nästa gång du ska rekrytera. Även om du inte hittar din kandidat just där, låt det inspirera dig i att rätta till eventuell snedfördelning.
>> aretsungaledandekvinna.se
- För medskapande med kunder och medarbetare, kolla in **Hyper Islands** verktygslåda för kreativa processer:
>> toolbox.hyperisland.com

3. Den hälsofrämjande arbetsplatsen

BAKGRUND:

Allt fler blir mer medvetna om vikten av att ta hand om sin egen hälsa. Under pandemin brottades många kontorsarbetare med stillasittande och minskade sociala kontakter. Det har fått flera organisationer att skapa nya sätt att stötta sina medarbetares fysiska och mentala välmående.

Den unga generationen kämpar med stress och med sitt mentala välmående. Enligt en studie från 2022 genomförd av Deloitte på 23 000 unga personer i 46 länder, känner sig nästan hälften utbrända på grund av kraven i deras arbetsmiljö. Ungefär lika många anger att de bytt jobb på grund av hård arbetsbelastning. Vi ser ett ökat hälsointresse bland unga, men också ökad ohälsa.

Sammantaget rör sig unga mindre idag än tidigare. Och även om en optimistisk våg sveper över unga generellt, så är det fortfarande en ungdomsgeneration som är präglad av upplevd stress. Ökad ensamhet, dåligt självförtroende och höga krav på sig själva är en utveckling som pågått under längre tid, oberoende av pandemin.

Goda relationer med kollegorna och intressanta arbetsuppgifter anges ofta som de faktorer som främst bidrar till att människor trivs på sina arbetsplatser.

Människor spenderar runt 90% av sin tid inomhus och forskning visar att den fysiska miljön har en stor påverkan på människors hälsa och välmående. I Icas framtidsrapport 2022 handlar tre av de fyra vanligaste svaren på frågan vad som skulle göra störst positiv skillnad i ditt vardagsliv, om hälsa: motion/träning, sömn och hälsosam mat. På plats fem kommer "naturen" och på plats sju "lugn och ro".

Ett begrepp som trender globalt är "quiet quitting" eller "tyst nedtrappning" – det vill säga att gå till jobbet och göra minsta möjliga. Att inte definiera sig med sitt jobb och sin prestation, utan att inse att livet består av många olika delar.



Chief Happiness Officer och nya förmåner.

Den hälsomedvetna medarbetaren har inneburit en mängd förändringar i arbetslivet. Förutom efterfrågan på arbetsgivare som möjliggör distansarbete och flexibla arbetstider, föds nya roller som "Chief Happiness Officer" eller "Mood Officers".

Det kan framstå som enbart nya benämningar på rollen HR-chef och på många sätt är det också det. Men en Chief Happiness Officer beskrivs ofta som en HR-chef vars främsta övertygelse är att glada medarbetare också är bättre medarbetare. I det ingår allt från att jobba med bolagets värderingar och erbjuda frihet till att uppmuntra ett gott teamarbete

och ge medarbetarna en röst. Ett nytt landskap av förmåner träder fram. Uppdaterade hemmakontor, massagestol, subventionerade hunddagis, extra lediga dagar och fri laddning av elbilar är några exempel. Här kan såklart en lågkonjunktur vända på förhållandet.

För anställda inom industri och handel handlar den hälsofrämjande arbetsplatsen också om säkerhet och trygghet. En studie från IF Metall visar att en av tre industriarbetare ofta är oroliga för att drabbas av olycksfall eller ohälsa på jobbet på grund av arbetsmiljön.

Spanien, Japan, Skottland, Förenade Arabemiraten och Nya Zeeland är bara några av länderna med storskaliga test av arbetstidsförkortning och i praktiken fyra dagars arbetsveckor. På Island arbetar 85% av islänningarna fyra dagar per vecka med full lön, vilket har resulterat i att medarbetarna både

mår bättre och presterar bättre. I Belgien görs en liknande satsning, men där ska medarbetarna fortfarande göra 38 timmar per vecka men på enbart fyra dagar. Belgare ska kunna välja att jobba mer en vecka och mindre en annan. Detta för att underlätta för medarbetare som har barn varannan vecka.

Fler jobbar med självledarskap, vilket innebär att medarbetaren får ett större ansvar för sin tid och utveckling och leder sig själv. Medvetenhet om att människor fungerar olika är högaktuellt. Även anpassningar för neuropsykiatriska funktionsnedsättningar (NPF). Den hälsofrämjande arbetsplatsen behöver göra anpassningar utifrån att människor fungerar på olika sätt. En enkel anpassning vi med största säkerhet kommer att se mer av är att åtta till fem som standardarbetstid försvinner, till förmån för arbetstider anpassade till det som fungerar bäst för olika individer.



EXEMPEL PÅ TRENDEN

Castellum blev först i Norden med WELL-certifierat kontor i Malmö. Det är en certifiering som helt fokuserar på dem som ska vistas på kontoren ur aspekterna välbefinnande, komfort, kost, motion, vatten, luft och ljus.

Panang kommunikation i Falun tog bort kravet att bli svettig på friskvårdstimmen och lät medarbetarna göra något som får dem att må bra. Det blev livsvårdstimmen. Kanske ett besök på ett museum eller en fika med en kompis skulle få vardagen att kännas mer harmonisk.

Fundación Rescátame erbjöd i en Cannes-prisad kampanj praktik för hemlösa hundar. Över 50 företag nappade, däribland **Ford**, **Mastercard** och **Colgate**. Under praktikperioden spred hundarna glädje på arbetsplatsen och matchades så småningom med nya ägare.

USA-baserade outdoorföretaget **L.L. Bean** tog en månads paus från sociala medier för att spendera mer tid utomhus och uppmuntrade medarbetare och kunder att göra detsamma.



KONSEKVENSER

Vi kan konstatera att det råder en ökad medvetenhet om både det mentala och fysiska måendet idag. För dig som vill erbjuda en bra arbetsplats innebär det att du behöver skapa förutsättningar för varje medarbetare att må bra i arbetsvardagen. Du behöver vara lyhörd och ha koll på vad som efterfrågas. Ledarskapet prövas på nya sätt och för att din organisation ska vara väl rustad kan nya typer av utbildningar och samtal behövas.

Ett särskilt vakande öga behöver du ha på de unga och nytutexaminerade, för där bär vi alla ett ansvar för att vända samhällstrenden.

En fin konsekvens av den hälsofrämjande arbetsplatsen är att du får ut så mycket mer av varje individ som mår bra. Och visst, vi är på jobbet för att leverera och prestera, men med tanke på hur mycket tid vi spenderar på jobbet är det fint om det kan vara lustfyllt och roligt.



TIPS

- **Headspace Health** är ett exempel på ett företag som erbjuder utbildningar för ledare som vill främja mental välmående på arbetsplatsen. Under devisen "Creating a world where everyone is kind to their mind" ger de vetenskapligt grundade verktyg för att driva kulturell förändring på arbetsplatsen.
- I boken "ADHD på jobbet" av Lotta Borg Skoglund och Martina Nelson ges ledare ökad förståelse för hur adhd kan yttra sig i vuxen ålder i allmänhet och i arbetslivet i synnerhet.
- Läs mer om du är intresserad av att hälsocertifiera ditt projekt enligt WELL Building Standard:
>> **WELL Building Standard i Sverige**
- Håll dig uppdaterad kring ungas attityder genom **Ungdomsbarometerns** olika undersökningar:
>> **Ungdomsbarometern**

4. Den magnetiska mötesplatsen

BAKGRUND:

Pandemin har förändrat vårt sätt att se på arbetsplatsen. Visst, många har jobb där hemarbete inte är möjligt, men för en växande grupp har både möjligheter och krav förändrats. Under pandemin vände sig många kontorsarbetare vid att kunna sitta var som helst och arbeta. Vardagspusslet blev enklare och fler spenderade mer tid hemma, med familjen och i fritidshus.

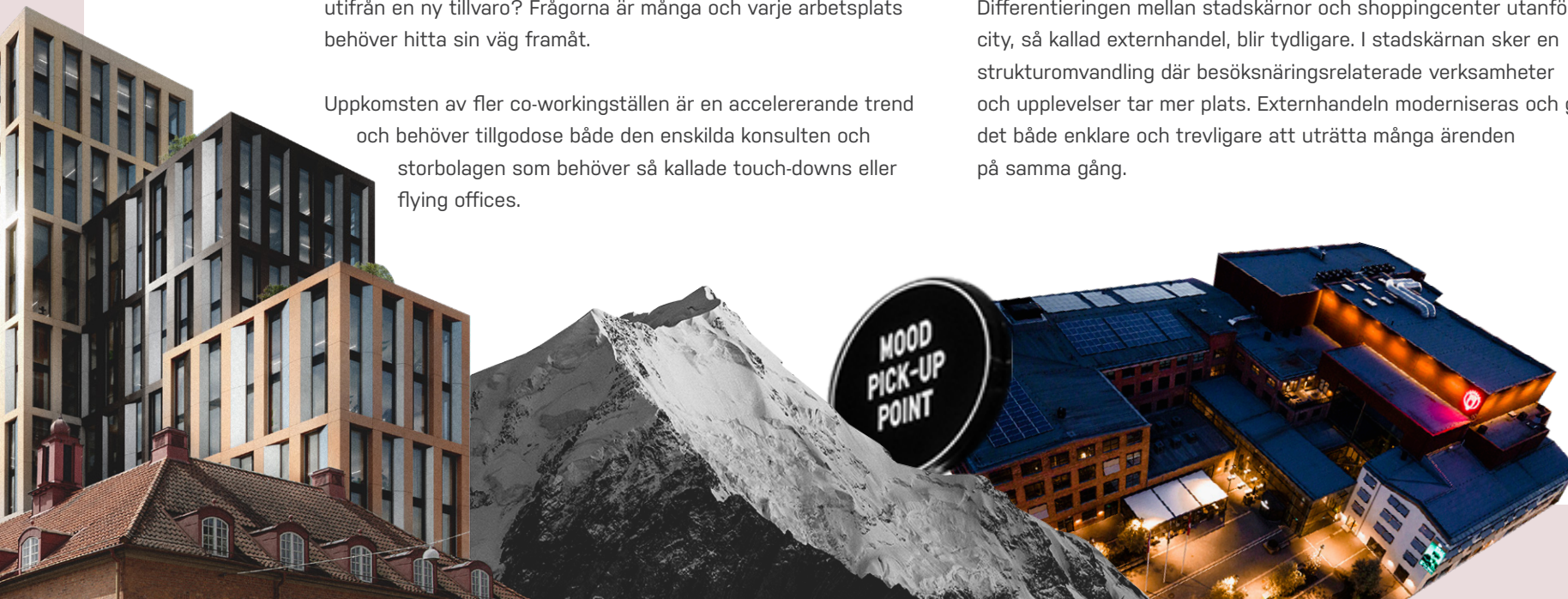
Återgången till en arbetsvardag efter pandemin har inte varit helt självklar. Ska kontorsarbetare få fortsätta jobba hemma och i vilken grad? Hur ska kontor, shoppingcenter och mötesplatser designas? Hur sker internkommunikationen och hur ska ledarskapet anpassas utifrån en ny tillvaro? Frågorna är många och varje arbetsplats behöver hitta sin väg framåt.

Uppkomsten av fler co-workingställen är en accelererande trend och behöver tillgodose både den enskilda konsulten och storbolagen som behöver så kallade touch-downs eller flying offices.

Vi ser också fler mötesplatser där företag, föreningar, offentlig sektor och akademi kan mötas.

Kontorslokaler gör en förflyttning till att mer påminna om våra hem och bli mer hemtrevliga samtidigt som vi ju på kontoret faktiskt vill ha något annat än just hemmakontoret. Kontoret blir en viktig kulturbyggare och kraven på smart digitalisering, avskilda telefon- och videorum samt sociala och kreativa ytor ökar. Kollegorna kommer dock alltid vara kontorets viktigaste dragplåster och det är viktigt att kunna luncha och dricka bra kaffe på plats på jobbet.

Differentieringen mellan stadskärnor och shoppingcenter utanför city, så kallad externhandel, blir tydligare. I stadskärnan sker en strukturomvandling där besöksnärliga relaterade verksamheter och upplevelser tar mer plats. Externhandeln moderniseras och gör det både enklare och trevligare att uträtta många ärenden på samma gång.



Naturen flyttar in och tekniken bäddas in.

De som har svårt att rekrytera har tvingats bli duktiga på att skapa en attraktiv arbetsmiljö. En attraktiv arbetsmiljö är en avgörande faktor vid rekrytering. Det senaste decenniet har många gått från traditionella kontor till aktivitetsbaserade arbetsplatser.

Det aktivitetsbaserade ses nu över för att aktiviteterna är annorlunda. Och efter några års trial-and-error i kreativa öppna landskap längtar många efter något annat. Dessutom har pandemin medfört nya behov. Vi rör oss mot hybridkontor med bokningsbara platser, men också fasta arbetsstationer för medarbetare som föredrar en mer permanent kontorstillvaro. I framtiden bäddas tekniken alltmer in i kontorsmiljöerna, snarare än att

ta över. Det ska fungera att ha möten med kollegor och kunder både på plats och på distans. Och när några är med fysiskt och några digitalt behöver tekniken ge stöd så att alla har möjlighet att vara lika inkluderade. En del i det är teknik och en del rutiner och arbetssätt.

Det blir vanligare att utgå från modern hjärnforskning och neurodesign när vi inreder våra arbetsplatser. Det är ofta när det är tyst omkring oss eller i möten med andra människor som de bra idéerna uppstår. Men också när vi får omväxling, variation samt frisk luft och dagsljus. Vi vill också ha en bit natur och vackra ting omkring oss. Att förundras är en bevisad källa till kreativitet. Fler designar arbetsmiljöer som skapar förutsättningar för informella möten, utan att störa andra. Det behöver finnas utrymmen där vi kan stänga om oss och jobba fokuserat. Trygghet är också en förutsättning för kreativitet, exempelvis genom att skapa en arbetsmiljö där vi vågar föreslå nya idéer.

Vi vill vara en del av mötesplatser och sammanhang med visioner. Så länge visionerna finns och visualiseras på ett spännande sätt, är det okej att saker är ofärdiga. Det bidrar med en kittlande känsla att få vara med i skapandet.

Vi behöver se över hur dagens lokaler nyttjas och hitta ett mer effektivt nyttjande dygnet och året runt. Det blir mindre nybyggnation och mer ombyggnation samt fler byggnader i trä. Vinnarna blir de som verkar inom handeln och ser e-handel mer som ett komplement än ett hot – och dessutom jobbar med både den fysiska och den digitala upplevelsen.

Allt fler mötesplatser uppmuntrar till aktivitet i vårt stillasittande samhälle. Vi vill gärna bli överraskade. Vi kommer troligen att få se mötesplatser poppa upp där vi minst anar det. Wi-fi och arbetsplatser vid grillplatsen i skogen eller en hembygdsgård som blir testbädd för nya innovationer och fler gym som skapar co-working.



EXEMPEL PÅ TRENDEN

Microsoft lanserar det inkluderande konceptet "At home in Stockholm" där människan och mötet står i centrum. Här slår de skandinaviska årstiderna igenom i en föränderlig inredning och tekniken bäddas in. En digital VR-version av kontoret ger ökad delaktighet i skapandeprocessen.

Space är en fysisk mötesplats för den digitala generationen. Här kretsar allt kring digital kultur: gaming, musik, innehållsskapande och digital kunskap. Deras ambition är att människor från olika delar av samhället ska träffas, samarbeta och skapa tillsammans. Företaget **Beleco** erbjuder en möjlighet att hyra i stället för att äga möbler.

Vingåkers kommun sätter upp ett kontor i Örebro.

National Park Resorts of Japan uppmuntrar till kontorsarbete i nationalparkerna där de satt upp temporära arbetsplatser, wifi och hotellrum.

MOOD Stockholm lanserar Mood Pick Up Point som erbjuder paketuthämtning, provrum och kemptvätt på samma ställe.



KONSEKVENSER

Den krassa konsekvensen är att de som med öppna ögon tänker till kring de här frågorna och vågar testa nytt, faktiskt är de som står bäst rustade för att attrahera talangerna. Du och ditt företag kommer att bedömas och jämföras utifrån nya aspekter.

Generellt sett ser vi en snabbare anpassning och mer experimenterande i större städer, men desto större möjlighet för aktörer på mindre orter att sticka ut. För många krävs ett nytt förhållningssätt till investeringar. Det är klart att det kan vara väldigt kostsamt att skapa attraktiva kontorsmiljöer och bli en del av moderna mötesplatser, men frågan du bör ställa dig är vad det kan generera när du faktiskt lyckas anställa rätt kompetens.



TIPS

- Gör en undersökning bland medarbetarna. Baserat på resultatet, sätt upp en plan och arbeta med ständiga förbättringar i tät dialog med medarbetarna.
- Vidga era vyer och inspireras. Ta med dig kollegor och åk på studiebesök för att se hur andra företag har gjort.
- Finns det något co-workingställe eller mötesplats ni kan skapa samarbete med? Något som skulle underlätta era medarbetares vardag och öka möjligheterna att attrahera nya medarbetare. Att erbjuda framtidens magnetiska mötesplatser behöver inte bara handla om att se över sin egen arbetsplats, utan kan minst lika mycket handla om att skapa smarta samarbeten.
- "Gräv där du står! Bygg vidare på de kvalitéer som finns och koppla samman med lokal mat och dryck, lokal kultur, befintliga attraktioner och mötesplatser." Det säger Mia Erlandsson, **White Arkitekter**, som spanar vidare på nästa sida.

5. Den attraktiva platsen

BAKGRUND:

Det räcker inte att du som arbetsgivare är attraktiv. Om platsen du verkar på inte är attraktiv är det svårt att attrahera kompetens. Platsutveckling är ett begrepp som fler engagerar sig i.

För 200 år sedan bodde 90% av Sveriges befolkning på landet. Idag är det omvänt förhållande med runt 90% av befolkningen boende i tätorter. Två procent av jordens yta är städer, men mer än halva jordens befolkning bor där. Enligt FN:s beräkningar kommer det år 2030 finnas 43 stycken megastäder i världen med mer än 10 miljoner invånare. Idag är de 33 stycken. 2050 kommer troligen runt 70% av jordens befolkning bo i städer.

Det pratas mycket om att vi är inne i en grön våg där många flyr storstaden och flyttar ut på landsbygden. Det är en sanning med modifikation. I spåren av pandemin och distansarbete står det klart att det känns möjligt att leva på fler sätt än tidigare - och att våra tankar om vad som är viktigt i livet har förändrats. Däremot

är flytten till glesbygd fortfarande en ovanlig flytt. De förändringar i flyttmönster som vi faktiskt ser, är att fler överger storstäderna och flyttar till kranskommun runt storstad, till den mellanstora staden eller landsbygdskommuner med en stark besöksnäring.

Städerna är i regel modernare än landsbygderna även om det sker spännande innovation och utveckling kopplat till livet på landet. I staden ökar också produktiviteten och effektiviteten i takt med tätheten mellan människor och företag.



Avsaknad av trevliga lunchrestauranger kan ge negativ effekt på din förmåga att attrahera kompetens.

Den medelstora staden har befast sin ställning. Flera studier visar att dagens unga i Sverige föredrar att bo i städer med en befolkning på färre än 100 000 invånare.

Förutom ett attraktivt socialt sammanhang, styr utbudet av intressanta jobb och attraktiva bostäder. Utbudet av hyresbostäder kan vara avgörande

för att någon ska våga testa på en mindre ort. Arkitekten Thomas Sandell konstaterar också att halvrummaren är tillbaka. Fler efterfrågar ett utrymme där de kan stänga om sig själv och arbeta ostört hemma.

I städerna sker en strukturomvandling där besöksnäringensrelaterade verksamheter tar plats framför handel och shopping. Det pratas feministisk stadsplanering och platsutveckling med trygghet som ledstjärna. På mindre platser gapar ofta butikslokaler tomma och behovet av utveckling är påtagligt, men också svårt.

Avsaknad av trevliga lunchrestauranger och barer med möjlighet till kvällshäng, är någonting som hämmar när du vill attrahera talang. När **Tillväxtanalys** beräknar flest coworkingaktörer per 100 000 invånare toppas listan av turismregionerna Jämtland, Dalarna och Gotland. Där frodas också konceptet workation som innebär att du under en period bor och jobbar på distans i en semesterlik

tillvaro. Det bor en stor potential i att korskoppla besöksnäring med andra sektorer i samhället. De vi vill attrahera söker efter sammanhang där det förutom attraktiva jobb finns ett gott utbud av fritid, lunch och middagar.

Många små platser utvecklas till perfekta platser för äldre personer och ofta glöms ungdomarna bort. Det är i åldern 18-35 år flyttbenägenheten är som störst och därför handlar det om att jobba både med platsutveckling och platsmarknadsföring där ungdomar involveras. Här kan varje enskilt företag ha en viktig roll – och även få ut positiva effekter i form av att lyckas rekrytera rätt kompetens.



EXEMPEL PÅ TENDEN

Hej Hemby med kampanjen **Tjena Polcirkeln** är ett sätt att berätta om livet i Pajala och Övertorneå och få fler att flytta dit.

Arctic Coworking är en drömmig workationplats i Lofoten.

Automat i Kåseberga är ett av många exempel på obemannade butiker på landsbygden.

Svenska Einride blir först i världen med att få köra autonoma elektriska lastbilar utan en förare ombord på allmänna vägar i USA.

Street Moves omvandlar stadens gator från parkeringsplatser till experimentella mötesplatser genom kompakta byggmoduler. Vi ser uppkopplade papperskorgar, smart belysning med syfte att öka trivsel och trygghet men också minska energikostnader, samt smart trafikstyrning som innebär att med hjälp av realtidsdata öka framkomligheten i stora städer.

Många svenska kommuner inventerar ödehus och agerar förmedlare mellan ägare och landsbyggsdrömmande spekulanter.



KONSEKVENSER

I strävan efter att skapa mer hållbara platser ser vi att urbana element tillförs landsbygderna, men också att lantliga element adderas i städerna. Obemannade butiker poppar upp på landsbygden och man utforskar självkörande persontransporter och paketleveranser samtidigt som städerna blir smartare.

Många mindre orter hamnar i den så kallade copy-paste-fällan och går på de enkla lösningar som andra platser redan gjort. För att lyckas skapa attraktion kring sin plats är det viktigt att stå stadigt i sin plats DNA och våga gå sin egen väg. En framgångsfaktor är också att utveckla platsen i tätt samarbete mellan invånare, företag, föreningar och offentlig sektor.

En fråga många ställer sig är hur flexibel skolan kommer vara i en distansjobbande framtid. En trolig konsekvens är att vi i framtiden får se fler sätt att ta del av undervisning från flera platser.



NÄSTA STEG

- Tänker du att er plats är för liten för att attrahera människor från världens alla hörn? Tänk om och tänk Træna! Træna är Norges tredje minsta kommun, ett fiskesamhälle med knappt 500 invånare beläget utanför Nordnorges kust. Tack vare platsutveckling och platsmarknadsföring attraherar de idag talanger från hela världen.

>> tenktraena.no

- När unga kvinnor är med i planeringen av staden, fungerar den bättre för alla. Städerna blir inkluderande, jämställda och hållbara. Detta har **HerCity** tagit fasta på när de utvecklat en digital verktygslåda för platser att använda i sin platsutveckling:

>> hercity.unhabitat.org

- Samla aktörer på er plats och diskutera hur ni kan koppla samman besöksnäring med övrigt näringsliv på er plats. Kanske behöver ni samarbeta med aktörer som idag inte finns på platsen?

6. Den artificiella kompetensen

BAKGRUND:

Automation är en av de stora makrotrenderna som förändrar arbetslivet under vår tid både i de fysiska processerna men framför allt i de digitala flödena.

Och robotarna kommer, det kommer göra stora justeringar på arbetsmarknaden men det finns ingen anledning att få panik för att mänskligheten ska stå arbetslösa i en automatiserad värld. De tar framför allt över strukturerade, repetitiva moment. I spåren av automation skapas också nya jobb. Och nya kompetenser efterfrågas. Det sägs ofta att det som kan automatiseras och digitaliseras kommer att automatiseras och digitaliseras. Så även rekryteringsprocesserna där vi ser nya innovativa arbetssätt.

Under pandemin har företagen accelererat sitt arbete med digitalisering och artificiell intelligens (AI). Många menar att AI förändrar samhället i grunden. I takt med att arbetsuppgifter försvinner eller förändras, kan medarbetarnas kunskaper behöva uppdateras och nya kompetenser rekryteras. Samtidigt görs AI ofta till något abstrakt och svårbegripligt. Låt oss påminna oss om att vi alla är hjälpta av AI varje dag. Exempelvis när din telefon upplyser dig om att bilresan tar 35 minuter i rådande trafik, när ditt fotoalbum klassificerar bilder åt dig, när ditt Visakort spärras för avvikande beteende eller när Netflix föreslår serier som borde intressera dig.



Gyllene balans mellan artificiell och mänsklig intelligens.

Det pratas mycket om att hitta den gyllene balansen mellan AI och mänsklig intelligens. Många medarbetare och kunder vill i hög grad möta riktiga människor, men det är inte ovanligt att idag mötas av en chatbot med förprogrammerade frågor och

svar som ett första steg i kundtjänsten. Detta är en trend som ofta drivs av kostnadsbesparingar men det ger också ökad tillgänglighet med 24/7 service på de enklare ärendena för t.ex. en myndighet.

Det är inte enbart företagsledarna som ser möjligheter med AI. 68% av kontorsarbetarna i USA och Storbritannien önskar mer AI som assisterar dem i sitt vardagliga arbete. Över hälften av konsumenterna i USA tror att de flesta butikerna kommer att vara helt automatiserade inom ett

decennium.

Inom HR har AI hittills främst använts som verktyg för att sortera jobbsökande, men tekniken kan användas till mycket mer. AI har förmågan att hjälpa dig att se de stora och komplexa mönstren och utifrån det ge rekommendationer. Exempelvis genom att scanna LinkedIn, screena CV:s, analysera kandidaters beteenden online och göra det enklare för kandidater att ansöka. Positiva effekter kan exempelvis vara fördomsfri rekrytering och förkortade väntetider för kandidater.



EXEMPEL PÅ TRENDEN

Inom projektet **Switch to Sweden** finns en AI-matchning mellan talanger från Ukraina och arbetsgivare i Sverige. Under 2022 släppte **Google** ett AI-baserat verktyg för träning inför jobbintervjuer. Verktyget ställer typiska frågor och analyserar sedan tonläge och svar och ger feedback för förbättring. **Ablemind** är en prisbelönt startup som vill bota psykisk ohälsa med AI och bygger på forskning från **Lunds universitet**. Du som arbetsgivare får ett sätt att mäta mående på arbetsplatsen och varje medarbetare får skräddarsydda tips.

"Ett bra exempel på den gyllene balansen mellan artificiell och mänsklig intelligens finner vi inom sjukvården. När AI analyserar bilder och identifierar hudcancer. Läkarna granskar resultatet från AI:s granskning, men gör slutbedömningen innan patienten kontaktas. Den mänskliga erfarenheten, förmågan att resonera och göra riskbedömning är viktig och kan inom överskådlig framtid inte ersättas av AI." **Åsa Degermark**, expert inom digitalt ledarskap.

Microsoft tappen **Seeing AI** kan beskriva bilder för synskadade med hjälp av så kallad Visual Vocabulary pre-training (Vivo), som använder neurala nätverk för att identifiera objekt i en bild. Appen kan exempelvis användas för att hjälpa synskadade att läsa menyer eller dokument.



KONSEKVENSER

För att lyckas med AI krävs kompetens och förståelse för ny teknik. Samtidigt är de flesta utmaningarna inte de tekniska utan ligger i kultur och rädsla för förändring. Därför finns utmaningar inte bara bland de vi rekryterar. En minst lika stor utmaning är att strategerna och beslutsfattarna i verksamheter behöver ha förståelse för AI och dess möjligheter. Dessutom behöver utbildningsutbudet ses över, från grundskola till universitet och högskola. Och befintliga anställda inom IT behöver skaffa sig nya färdigheter.

AI har skapat en debatt om etik och moral. Vem hålls ansvarig för den artificiella intelligensens handlande. Det är vi människor som sätter ramarna som datorerna agerar utifrån, men fortfarande finns det en stor utmaning kopplat till det legala perspektivet. En EU-förordning (AI Act) – världens första specifika reglering av AI – kan bli antagen våren 2023.



TIPS

- Läs mer om ledarskap i en tid med AI och hur det påverkar organisationer, ledare och medarbetare i **Åsa Degermarks** böcker "Future Boss – a no-nonsense guide to leadership in the age of AI" och "Digitalt ledarskap – utveckla din förmåga att leda i en digital värld".

>> **Beställ Åsa Degermarks böcker här**

- **Science Park Jönköping** driver ett omfattande AI-projekt tillsammans med **Jönköping University** för företag som vill påbörja sin AI-resa.

>> **AI Readiness**

- **AI Sweden** som finansieras av staten i samarbete med över 100 partners har utbildningsprogram inom AI.

>> **Utbildningsprogram på AI Sweden**

- **Elements of AI** är en gratis onlinekurs på svenska i AI med målet att göra AI förståeligt för alla.

>> **Elements of AI**



Den allra viktigaste frågan man bör ställa sig är hur AI kan addera värde.

Åsa Degermark, författare av boken "Future Boss – a no-nonsense guide to leadership in the age of AI"

- Vissa AI-trender som förmedlas är lite överdrivna. Vad som passar ett företag kanske inte passar det andra. Det är viktigt att göra sin hemläxa innan man drar igång med AI för att inte hamna i "trend-fällan". Den allra viktigaste frågan man bör ställa sig är hur AI kan addera värde.

De företag som varit väldigt framgångsrika med sina digitala satsningar har några saker gemensamt:

- De har en tydlig vision och kommunicerar den ofta till medarbetarna

- De har ett ledarskap som stödjer innovation, vågar prova nytt och ser misslyckanden som lärdomar

- De har börjat i liten skala, provat sig fram och dragit nytta av sina lärdomar

- De har eliminerat silos och nyttjar all kompetens i bolagets projekt som driver utveckling de vill, var de vill. Många flyttade såklart och det var där mitt intresse för distansoberoende organisationer startade för 12 år sedan.

7. Den lokalglobala rekryteraren

BAKGRUND:

I spåren av digitalisering och automatisering eftersöks nya typer av kompetenser. Kompetensen inom IT och teknik i Sverige räcker inte till. Enligt beräkningar saknas 70 000 personer inom techsektorn i Sverige år 2024.

Vi behöver tänka mer internationellt i våra rekryteringsprocesser. Dessutom bidrar ett internationellt förhållningssätt till mångfald. Men hur mottagliga är vi för personer från andra länder som talar andra språk? Hur väl marknadsför vi våra lediga jobb för den här målgruppen? Hur lätt är det sedan för dem att navigera bland våra myndigheter för att få alla tillstånd på plats? Att hitta bostad? Att komma in i samhället? Lära känna folk? Och att ha en bra vardag och vilja stanna kvar?

Tre av fyra internationella studenter som genomfört studier i Sverige vill stanna och arbeta i Sverige efter examen om möjlighet ges. I Jönköping blir endast en av tio kvar i Jönköpingsområdet efter examen. 2021 gjordes dessutom en ändring i utlänningslagen som försvårar för utländsk kompetens att stanna kvar i Sverige. De främsta anledningarna till att de lämnar Sverige är problem med uppehållstillstånd, utmaningar kopplat till språk och kultur samt brist på kontakter i arbetslivet.

Sverige har ett gott anseende internationellt och ligger topp tio i många internationella index. Sverige utmärker sig särskilt inom områdena välbefinnande, innovation, öppenhet, utbildning, jämställdhet, låg korruption, konkurrenskraft, ansvarsfullt företagande och hållbar utveckling. Ju längre bort man befinner sig från Sverige desto mer förlegad, svag och diffus är bilden av vårt land. Kännedomen om Sverige är särskilt låg hos unga människor i länder längre bort.



Stöd att navigera rätt i myndighets-sverige kan avgöra val av arbetsgivare.

Fler inser att de behöver tänka globalt i sina rekryteringsprocesser. Det ligger givetvis ofta mer nära till hands för det stora globala företaget att rekrytera internationellt, men vi ser att även små och medelstora företag förstår att de behöver vidga sina rekryteringsvyer.

I takt med ett mer flexibelt arbetsliv skapar många länder förlängda visum, oftast upp till ett år. Här är målgruppen främst distansarbetande personer som väljer att ta med sig sitt jobb till annan plats. Begreppet workation blir vanligare, det vill säga att ta med sig laptopen och kombinera arbete och semester under en tid. En workation kan vara allt från någon vecka till flera månader och gör att en person blir en del av den nya platsen.

Arbetsgivare och kommuner som inser att de vinner på att skapa communitys, nätverk och relationer blir fler. Att stirra sig blind på att direkt omvandla personer till skattebetalande invånare och tillsvidareanställda är på 2020-talet inte en vinnande strategi.

Från nationellt håll finns en vilja att skapa en nationell samordningsmodell för attraktion och mottagande av internationell kompetens. I många större städer skapas så kallade International Houses och mottagarfunktioner, något vi med stor sannolikhet kommer att få se mer av även i medelstora svenska städer. Ett International House är en mötesplats för internationella talanger. Där kan de få stöd och hjälp att integreras i det svenska samhället, men även få vägledning bland våra myndigheter. Dessa mötesplatser drivs ofta av offentliga aktörer, men i tätt samarbete med näringslivet.



EXEMPEL PÅ TENDEN

Switch to Sweden är ett nationellt projekt som finansieras av Vinnova och drivs av Linköping Science Park. Målet är att förbättra matchningen mellan arbetsgivare i Sverige och internationella studenter och forskare.

Redan 2013 startade Köpenhamn ett International House för talang från andra länder. Nyligen startade Göteborg och Stockholm liknande mötesplatser.

"Hej främling" startade i Östersund och drivs idag på flera orter. De jobbar med "innanförskap" och att få nya och etablerade invånare att mötas under aktiva former.

Örebroregionen har skapat en relocation-service under konceptet "the Smart Move".

Nätverket Young Professionals in Denmark vänder sig till internationella studenter i Danmark och erbjuder jobbmatchning, nätverksaktiviteter och en egen karriärcoach. Syftet: att få fler att stanna kvar i Danmark efter examen.



KONSEKVENSER

Det finns en position att ta för arbetsgivare som är beredda att rekrytera internationellt. Här finns det ett värde att börja med att prata om Sverige, innan ni dyker ner i specifika orter och arbetsplatser.

För att nå ut till en välutbildad internationell grupp i flyttbenägen ålder, är internationella studenter på svenska högskolor en bra start. De har tagit steget och valt att flytta hit, har god kännedom om och förhoppningsvis en positiv bild av Sverige. De befinner sig dessutom redan på plats i landet och en bearbetning är relativt enkelt att inleda.

I takt med att fler rekryterar internationellt, stöter fler på myndighetströsklar. De är inte alltid helt enkla att ta sig över för den enskilda individen. Dels kan personlig stöttning vara avgörande, dels behöver en dialog föras på en övergripande nivå kring hur regelverket ser ut och vilka förändringar som bör göras.



TIPS

- Den internationella rekryteringen behöver specificeras och tydliggöras. Bryt ner vilka kompetenser och marknader det handlar om.
- Skapa eller utveckla samarbeten med högskolorna som finns nära er verksamhet geografiskt eller kompetensmässigt. Gästföreläsningar, fadderföretag, praktikplatser, sommarjobb, stipendier, uppsatser, projekt etc.
- Identifiera ambassadörer som kan hjälpa er att sprida ordet i rätt målgrupp.
- Använd er av de verktyg som finns tillhands, exempelvis:
 - >> *Moving to Sweden in 10 steps* eller
 - >> *Official Swedish Services*
- Ta gärna fram ett introduktionspaket bestående av resa, besök av arbetsplats, intressant boende, skola och fritidsmöjligheter.

KÄLLOR OCH LÄNKAR:

>> [AI förändrar hela samhället – det måste vi börja diskutera](#), Tech World IDG

>> [Airbnb enters deal with Cape Town to attract more remote workers](#), Business Tech

>> [Artificiell intelligens – så påverkar det framtidens arbetsmarknad](#), Amendo

>> [Castellum.se](#)

>> [Businessstech.co.za](#)

>> [Bygg grönt, vackert, säkert och levande av Stockholms handelskammare 2022](#)

>> [Christer Hedbergs nyhetsbrev "Tre saker som inspirerar mig just nu"](#)

>> [Coworking och lokal utveckling utanför Sveriges storstadsregioner av Tillväxtanalys 2022](#)

>> [Critical Trends for Leadership in the Future av Cecilia Åkerblom och Ledarna 2021](#)

>> [Dagens samhälle](#)

>> [Därför är "Quiet Quitting" – att smygsluta – den senaste arbetstrenden av Tidningen Chef 2022](#)

>> [Employers are giving workers the work from home days they want](#), World Economic Forum

>> [En perfekt plats av Handelsrådet 2020](#)

>> [Framtidens arbetsliv av Benify 2022](#)

>> [Framtidens arbetsliv 2022 av Castellum](#)

>> [Framtidens kontor i mellanstora svenska städer av Sweco och Diös 2021](#)

>> [Future Cities av AFRY 2021](#)

>> [Fyradagarsveckan sprider sig globalt, Dagens industri](#)

>> [Ingen ska dö av jobbet – ny arbetsmiljörapport av IF Metall 2022](#)

>> [Internationella studenter på den svenska arbetsmarknaden av Emma Nordberg 2022](#)

>> [IT-kompetensbristen av IT&Telekomföretagen 2020](#)

>> [McKinsey](#)

>> [Monster](#)

>> [Nationell samordningsmodell för attraktion och mottagande av internationell kompetens av Future Place Leadership 2022](#)

>> [Nio framtidsjobb – här är rollerna som krävs i ett framgångsrikt AI-team, CIO IDG](#)

>> [Placebranders trendrapport 2022](#)

>> [Podden Framtidens arbetsliv av Sankt Kors](#)

>> [Striving for balance, advocating for change av Deloitte 2022](#)

>> [Svenskarna och Internet](#)

>> [Teknikföretagen Folder - 10 insikter om tjejjers teknikintresse](#)

>> [The most attractive employers in Sweden av Universum 2022](#)

>> [The Rise Of Boomerang Employees During 2022, Forbes](#)

>> [These Three Leadership Trends Are A Must For 2022, Forbes](#)

>> [This is what drives job satisfaction](#), World Economic Forum

>> [Tidningen Forskning och framsteg](#)

>> [Tng.se](#)

>> [Trendwatching Amplify](#)

>> [Ungdomsbarometern 2022, Trender 2022 enligt unga av Ungdomsbarometern, Generation Z 2022 av Ungdomsbarometern](#)

>> [Uppror på H&M efter nya kontorsordern, Breakit](#)

>> [Weforum](#)

>> [Which generation has the most trust in brands? World Economic Forum](#)

>> [Why are Americans quitting their jobs?, World Economic Forum](#)

>> [Utländska masterstudenter och doktorander lämnar Sverige av Svenskt näringsliv 2021](#)

Bilder:

[Gnosjö | Patrik Svedberg](#)

[Hej Hemby](#)

[Mood Stockholm](#)

[Science Park | Studio Dittmer](#)

[Stophewash.com](#)

[Unsplash.com](#)

[Pexels.com](#)

[Gummifabriken, Värnamo | Jonas Johansson](#)

Tack,

Den här rapporten är framtagen inom ramen för projektet Preview, som drivs av Science Park Jönköpings län och finansieras av Region Jönköpings län och Europeiska Regionala Utvecklingsfonden.

Vid frågor om rapporten, kontakta hello@sciencepark.se.

SCIENCE PARK

Pre➤**iew**



MED STÖD AV
REGION JÖNKÖPINGS LÄN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden