

SALT

SÄMVERKAN FÖR ATTRAKTIV LIVSMEDELSNÄRING I TILLVÄXT

UNGAS ATTITYD TILL LIVSMEDELSBRANSCHEN - UTMANINGAR OCH MÖJLIGHETER FÖR FRAMTIDENS ARBETSKRAFT

SALT RAPPORT 3: JANUARI 2026
MAGNUS ANDERSSON & OLIVIA STRID



Medfinansieras av
Europeiska unionen



SAMMANFATTNING

Branschens strategiska utmaning

Livsmedelssektorn står inför ett **akut kompetensförsörjningsgap**. Fram till 2028 behövs omkring **20 000 nya medarbetare**, samtidigt som unga i mycket låg utsträckning väljer utbildningar eller yrken kopplade till branschen. Detta är inte ett isolerat svenskt problem där även **internationellt syns samma mönster**: låg status, svag synlighet och bristande kännedom om karriärmöjligheter. Trots branschens tekniska utveckling, centrala samhällsroll och innovationskraft är **diskrepansen mellan verklighet och ungas uppfattningar stor**.

Huvudorsaker till svag attraktionskraft:

1. Föråldrad branschimage

Unga förknippar fortfarande industrin med tungt, monotont och lågstatusarbete och inte med modern teknik, AI, automatisering och hållbarhetsinnovation. Branschens berättelse matchar inte den faktiska utvecklingen.

2. Bristande utbildningsvägar och låg synlighet i skolan

Livsmedelsrelaterade utbildningar är svagt synliga, otydliga och saknar koppling till företagets kompetensbehov. De flesta unga vet inte ens vilka karriärer som finns.

3. Arbetsmiljö och villkor möter inte ungas förväntningar

Generation Z prioriterar trygghet, balans, flexibilitet och utvecklingsmöjligheter. Delar av sektorn erbjuder i stället skiftarbete, låg lön och begränsade karriärvägar.

4. Könsnormer och "leaky pipeline"

Kvinnor dominerar i utbildning men lämnar branschen i hög takt. Mansdominerade normer, otrygg arbetsmiljö och brist på förebilder skapar stora kompetensförluster.

Vad unga faktiskt söker – tydliga drivkrafter (Gen Z)

- Trygghet & stabilitet
- Bra lön och tydliga utvecklingsvägar
- Flexibilitet & balans
- Värderingsdrivna arbetsgivare
- Empatiskt och modernt ledarskap

- Kreativa och tekniska arbetsuppgifter
- Samhällsnytta och hållbarhetsbidrag

Strategiska risker

Om branschen inte agerar riskerar den att:

- missa möjligheten att attrahera nästa generations arbetskraft
- tappa innovationskraft
- försvaga Sveriges livsmedelsberedskap och totalförsvaret
- få ökade kostnader för rekrytering och kompetensbrist
- få minskad förmåga att driva klimatomställningen i livsmedelssystemet

Rekommenderade strategiska insatser:

1. Modernisera branschens kommunikation och identitet

- Lyft fram teknik, innovation, hållbarhet och samhällsnytta.
- Använd sociala medier och storytelling som matchar ungas mediekonsumtion.
- Visa verkliga arbetsplatser och unga medarbetare.

2. Bygg strukturella samverkansmodeller med utbildningssystemet

- Gemensamma kurser, praktik, sommarjobb, traineeprogram.
- Moderniserat innehåll i utbildningar (AI, automation, sensorsystem, cirkulära modeller).
- Tydliggör karriärvägar.

3. Utveckla attraktiva arbetsvillkor

- Flexibilitet där möjligt.
- Konkurrenskraftig löneutveckling.
- Systematiskt arbetsmiljöarbete.
- Tydliga utvecklings- och kompetensstegar.

4. Investera i modernt ledarskap

Unga stannar i organisationer där ledarskapet är:

- empatiskt
- kommunikativt
- inkluderande
- utvecklingsinriktat

5. Prioritera jämställdhet och inkludering

- Förebilder och mentorskap för unga kvinnor.
- Aktiv kulturförändring i mansdominerade miljöer.
- Säkerhetsarbete mot trakasserier.

6. Skapa tidig exponering

- Branschbesök, skolprogram, sommarkurser, öppna hus, branschambassadörer.
- Tydliggör teknikhöjd och samhällsrelevans från tidig ålder.

Avslutning

Att attrahera unga kräver **en strategisk och samordnad omställning** inte punktinsatser. Det handlar om att förändra **branschens berättelse, arbetsvillkor, ledarskap och utbildningssystem**.

Lyckas sektorn med detta kan den inte bara lösa sitt kompetensbehov utan också stärka sin roll i klimatomställningen, livsmedelsberedskapen och Sveriges långsiktiga försörjningsförmåga.

1. Introduktion¹

1.1 Bakgrund

Den svenska livsmedelssektorn befinner sig i en kritisk brytningstid. För att möta målen i den nationella livsmedelsstrategin och säkra en robust livsmedelsberedskap krävs en omfattande kompetensförsörjning. Branschorganisationen Livsmedelsföretagen (2023) estimerar att sektorn behöver rekrytera 20 000 nya medarbetare fram till år 2028. Trots detta behov råder en paradoxal situation: samtidigt som intresset för mat, hälsa och hållbarhet är rekordhøgt bland yngre generationer, uppfattas yrkesval inom den industriella livsmedelsproduktionen ofta som oattraktiva eller förblir helt okända (Tillväxtverket, 2024).

Detta kunskaps- och attitydgap utgör en betydande risk för branschens framtida konkurrenskraft och omställningsförmåga. Internationella studier, bland annat från Nordregio (2025), pekar på att utmaningen är strukturell och att faktorer som geografiskt läge samt klyftan mellan stad och landsbygd spelar en avgörande roll för hur unga formar sina karriärpreferenser. Inom ramen för projektet SALT (Samverkan för Attraktiva Livsmedelsföretag i Tillväxt) är det därför av högsta prioritet att förstå dessa drivkrafter för att kunna anpassa stödstrukturernas arbetssätt och stärka branschens attraktionskraft.

Livsmedelsföretagens rapport från 2023 tecknar en tydlig bild av de omfattande kompetensutmaningar som den svenska livsmedelsindustrin står inför. Branschen brottas i dag både med en brist på kvalificerad arbetskraft och med svårigheter att attrahera nya medarbetare. Trots att det finns många personer med relevant utbildning inom området väljer en betydande andel att arbeta utanför livsmedelssektorn, vilket skapar en strukturell obalans mellan tillgång och efterfrågan på kompetens. Den centrala frågan blir därför hur sektorn kan locka tillbaka individer med relevant utbildning och samtidigt skapa långsiktigt intresse bland framtida generationer (Livsmedelsföretagen, 2023; Tillväxtverket, 2024).

För att möta dessa utmaningar framhålls tre avgörande faktorer i rapporten: behovet av att öka branschens attraktivitet, utvecklingen av utbildningar som bättre svarar mot företagens faktiska kompetenskrav samt möjligheterna till vidareutbildning för dem som redan är yrkesverksamma inom sektorn (Livsmedelsföretagen, 2023). Även om dessa åtgärder är centrala kvarstår en mer grundläggande fråga om hur unga vuxnas attityder och värderingar påverkar deras benägenhet att utbilda sig eller arbeta inom livsmedelsbranschen. Det är i första

¹ Ett särskilt tack riktas till IUC SYD Arbetsmarknadskunskap där Linda Florén, Katja Lundqvist och Charles Hallworth stöttat med statistik, kunskap och råd kring yngres attityder till livsmedelsbranschen.

hand denna grupp som företagen försöker nå, både på kort och lång sikt. För att lyckas med rekryteringen krävs därför inte enbart relevanta utbildningar och tydliga karriärvägar, utan också en djupare förståelse för vad som motiverar unga att välja, eller välja bort, livsmedelsindustrin som framtida arbetsplats.

1.2 Rapportens syfte och upplägg

Denna rapport syftar till att sammanställa och analysera existerande attitydundersökningar gällande yngre människors syn på utbildning och arbete inom livsmedelsbranschen. Genom att syntetisera nationella och internationella rapporter, avser rapporten att identifiera de variabler som driver ungas attityder och yrkesval.

Rapporten söker besvara följande huvudfrågeställningar:

1. Vilka är de främsta barriärerna och drivkrafterna för ungas val av utbildning och arbete inom livsmedelssektorn enligt aktuell litteratur (2014–2025)?
2. Vilka lärdomar kan dras från internationella och nationella exempel för att stärka den regionala stödstrukturens förmåga att attrahera framtida kompetens inom regionens livsmedelsbransch?

Slutligen syftar analysen till att ligga till grund för utveckling av kommunikationsmaterial och strategiska insatser som minskar gapet mellan unga människors attityd, utbildningssektorn och livsmedelsföretagens framtida behov.

2. Livsmedelsbranschens förmåga att attrahera unga människor?

2.1 Internationella perspektiv

Rapporten *"Growing food(ies): Youth participation and opportunities in the Nordic food sectors"* (Nordregio, 2025) undersöker unga människors preferenser och motivation för utbildning och karriär inom livsmedelssystem i Norden och Baltikum. Studien analyserar hur unga ser på sin roll som förändringsaktörer ("agents of change") i ett skiftande livsmedelslandskap.

Rapporten lyfter klyftan mellan stad och landsbygd genom att belysa tydlig skillnad i attityder beroende på geografi. Unga på landsbygden har ofta en mer praktisk relation till sektorn men ser samtidigt strukturella hinder (till exempel tillgång till mark), medan urbana unga ofta har ett högt intresse för matsystemet ur ett hållbarhetsperspektiv men saknar koppling till de faktiska yrkena.

Vidare poängterar Nordregio att traditionella utbildningsvägar inte alltid matchar ungas sätt att söka kunskap. Digitala plattformar och jämnåriga spelar en avgörande roll för hur unga formar sin bild av karriärmöjligheter. En viktig aspekt är att livsmedelssystemet kan vara värderingsstyrt genom att nordiska ungdomar kan finna motiv till att söka sig till branschen starkt kopplad till möjligheten att bidra till den gröna omställningen. Om arbetet uppfattas som en del av lösningen på klimatkrisen ökar attraktionskraften markant.

Rapporten föreslår att stödstrukturer (likt de som SALT-projektet adresserar) bör arbeta mer med att synliggöra sektorns mångfald från digital teknik och innovation till cirkulär ekonomi för att bryta bilden av att livsmedelsarbete enbart innebär manuellt arbete.

2.2 Perspektiv från Sverige

I Tillväxtverkets syntesrapport Livsmedelssektorns kompetensförsörjning (2024) presenteras en övergripande analys av de utmaningar som präglar branschens förmåga att attrahera och behålla personal. Rapporten betonar att livsmedelssektorn står inför ett omfattande omställningsbehov där digitalisering och klimatmål kräver ny typ av kompetens, samtidigt som den grundläggande personalförsörjningen haltar.

- **Matchningsproblematik:** En central slutsats är det betydande glappet mellan utbildningsväsendets utbud och företagens faktiska behov. Detta är särskilt

påtagligt inom livsmedelsindustrin, där specifika utbildningar saknas eller inte attraherar tillräckligt många sökande.

- **Attityder och yrkesval:** Rapporten visar att även individer som genomgått relevanta utbildningar ofta väljer att arbeta i andra sektorer. Detta tyder på att branschens generella attraktionskraft snarare än enbart brist på utbildningsplatser är en kritisk barriär. Faktorer som arbetsmiljö, löneutveckling och upplevda karriärvägar identifieras som negativa drivkrafter.
- **Demografiska och geografiska aspekter:** Tillväxtverket belyser att vissa delar av sektorn, särskilt primärproduktionen, har svårt att attrahera unga på grund av geografiskt läge och branschens struktur. Detta korrelerar med behovet i SALT-projektet att analysera hur kommunstorlek och närhet till industri påverkar attityder.
- **Behov av strategisk samverkan:** För att säkra framtidens livsmedelsberedskap och konkurrenskraft föreslår rapporten att kompetensfrågan måste integreras tydligare i den nationella livsmedelsstrategin, med fokus på att öka branschens status bland yngre.

I rapporten "Var ska livsmedelsindustrin hitta 20 000 nya medarbetare?" (2023) från branschorganisationen Livsmedelsföretagen ges en tydlig bild av den kritiska kompetensbrist som råder inom svensk livsmedelsproduktion. Rapporten bygger på en omfattande medlemsenkät som representerar 69 procent av de anställda i branschen. Följande aspekter lyfts fram med stor relevans för livsmedelsbranschens förmåga att attrahera unga människor:

- **Kvantifierat rekryteringsbehov:** Fram till år 2028 beräknas industrin behöva anställa cirka 20 000 personer. Detta behov spänner över alla utbildningsnivåer, från processoperatörer till specialiserade ingenjörer och produktutvecklare.
- **Trendigt men osynligt:** En nyckelinsikt i rapporten är paradoxen mellan ungas intresse för mat och deras ointresse för livsmedelsproduktion. Medan matlagning, hälsa och foodie-kultur är högstatus och trendigt på sociala medier, betraktas det industriella perspektivet (att arbeta i en fabrik) som "inte top-of-mind". Branschen misslyckas med att kommunicera att matintresse kan omsättas i en industriell karriär. Viktigt att reflektera HUR vi talar om mat för att adressera sättet vi talar om livsmedel och göra det attraktivt för yngre människor.
- **Hinder för attraktionskraft:** Rapporten identifierar att 94 procent av företagen har svårt att hitta rätt kompetens. Ungas tveksamhet kopplas delvis till en

föråldrad bild av industrin som smutsig och enkel, när den i själva verket kräver hög teknisk kompetens och innovation för att möta hållbarhetsmål.

- **Betydelsen för totalförsvaret:** Rapporten lyfter fram en unik aspekt som kan användas för att locka unga: livsmedelsberedskap. Att arbeta inom branschen innebär att bidra till samhällets trygghet och försörjningsförmåga, ett argument som vinner mark hos den yngre generationen (Generation Z).

2.3 Vad tycker unga om livsmedelsbranschen?

Internationella perspektiv

I många länder minskar ungas intresse för karriärer inom jordbruk och livsmedelsindustri, trots att behovet av kvalificerad arbetskraft ökar i takt med den globala livsmedelsförsörjningens komplexitet (Sloan, 2024). En central förklaring är att jordbruk och livsmedelsarbete ofta är förknippat med låg social status. Denna övertygelse är särskilt vanlig i utvecklingsländer, men förekommer även i höginkomstländer. Jordbruksarbete uppfattas ofta som fysiskt tungt, smutsigt, oglamoröst och mindre prestigefyllt än yrken som kräver högre utbildning. Denna statusproblematik förstärks ytterligare av att jordbruket ofta framställs som ett yrkesområde för äldre eller för personer med låg formell utbildningsnivå. För många unga är dessutom föreställningen om ett modernt och attraktivt liv starkt kopplad till urbana miljöer, vilket bidrar till att lantbruksarbete framstår som ett mindre önskvärt alternativ (Cosentino med flera, 2023; FAO, 2025; HLPE, 2021).

Studier från olika länder belyser hur dessa uppfattningar påverkar ungas karriärval. I Turkiet har kulinariska studenter beskrivit kockyrket som prestigefyllt och populärt, men deras syn på arbetsvillkoren inom livsmedels- och dryckesindustrin är ändå övervägande negativ. De lyfter fram långa och olämpliga arbetstider, låga löner, hög stress, problematiska relationer med kollegor och chefer samt krävande fysiska arbetsförhållanden som centrala faktorer bakom sitt motstånd mot att stanna i branschen efter utbildningen (Eren & Aydin, 2020). Liknande mönster framkommer i USA. I en studie från North Carolina framgår att endast 14 procent av gymnasieeleverna och 33 procent av college-studenterna övervägt en karriär inom livsmedelsindustrin. De studenter som hade tidigare arbetslivserfarenhet inom sektorn var däremot 2,2 gånger mer benägna att överväga en framtid inom livsmedelssäkerhet, vilket tyder på att praktisk exponering har stor betydelse för att öka intresset. Studien visar även att ekonomisk trygghet och lön rankas högre än samhällsnytta som drivkraft, vilket antyder att ekonomiska incitament är centrala för att attrahera unga till sektorn (Stevenson med flera, 2014).

Denna betoning på ekonomisk trygghet återkommer även i forskning om ungas utbildningsval inom STEM-ämnen kopplade till livsmedels- och lantbruksvetenskap. En studie från tre amerikanska universitet visar att studenter som värderar ekonomisk stabilitet nästan dubbelt så ofta väljer ett STEM-relaterat ämne. Resultaten understryker att ekonomiska motiv är en stark drivkraft i ungas karriärval även inom livsmedelsrelaterade områden där efterfrågan på kompetens ökar (Hegerfeld-Baker med flera, 2015).

Liknande resultat framträder i europeiska studier. I Litauen ansåg över 60 procent av unga respondenter att tekniska innovationer inom jordbruket bidrog till att göra yrket mer attraktivt. Unga som engagerar sig i lantbruk tenderar att identifiera sig mer som entreprenörer än som traditionella bönder, vilket speglar en bredare förskjutning mot ett mer innovationsdrivet förhållningssätt till jordbruk (Girdziute m.fl., 2022).

Denna modernisering är ett återkommande tema inom internationell forskning. Flera studier visar att ungdomar är mer benägna att välja livsmedels- och jordbrukssektorn när den uppfattas som modern, tekniskt avancerad och framtidsorienterad. Samtidigt framkommer att många unga fortfarande inte förknippar digitalisering, artificiell intelligens och avancerad teknik med jordbruk och livsmedelsindustri. Detta kommunikationsglapp mellan branschens faktiska utveckling och ungas föreställningar utgör en central utmaning (Cosentino, 2023; FAO, 2025; Ryan, 2023). Cosentino med flera (2023) betonar därför vikten av utbildningsprogram som framställer jordbruket som modernt, innovativt, lönsamt och intressant, vilket i sin tur kan stärka sektorns sociala prestige.

Liknande mönster kan även observeras utanför Europa. En studie från södra Kalifornien visar att intresset för livsmedelsvetenskapliga karriärer minskar, trots goda arbetsutsikter och en snabb teknisk utveckling. Bristande kännedom framstår även här som ett avgörande hinder: många gymnasielärare uppger att deras elever har låg medvetenhet om området. De studenter som ändå väljer utbildningen drivs i första hand av personligt intresse snarare än ekonomiska motiv, medan yrkesverksamma oftare lyfter lön och trygghet som avgörande faktorer. Studien pekar även på behovet av tydligare information om karriärvägar, löner och yrkesroller samt på hur ungas självförtroende påverkar deras val – särskilt när de upplever svårigheter i ämnen som kemi (Hsu med flera, 2023).

Agrifood-relaterade ämnen är svagt representerade i utbildningssystemet, särskilt inom STEM-utbildningar, vilket gör att många studenter sällan exponeras för sektorns möjligheter. Detta bidrar till att få söker sig vidare till specialiserade program. För att öka intresset lyfter forskningen fram värdet av praktik,

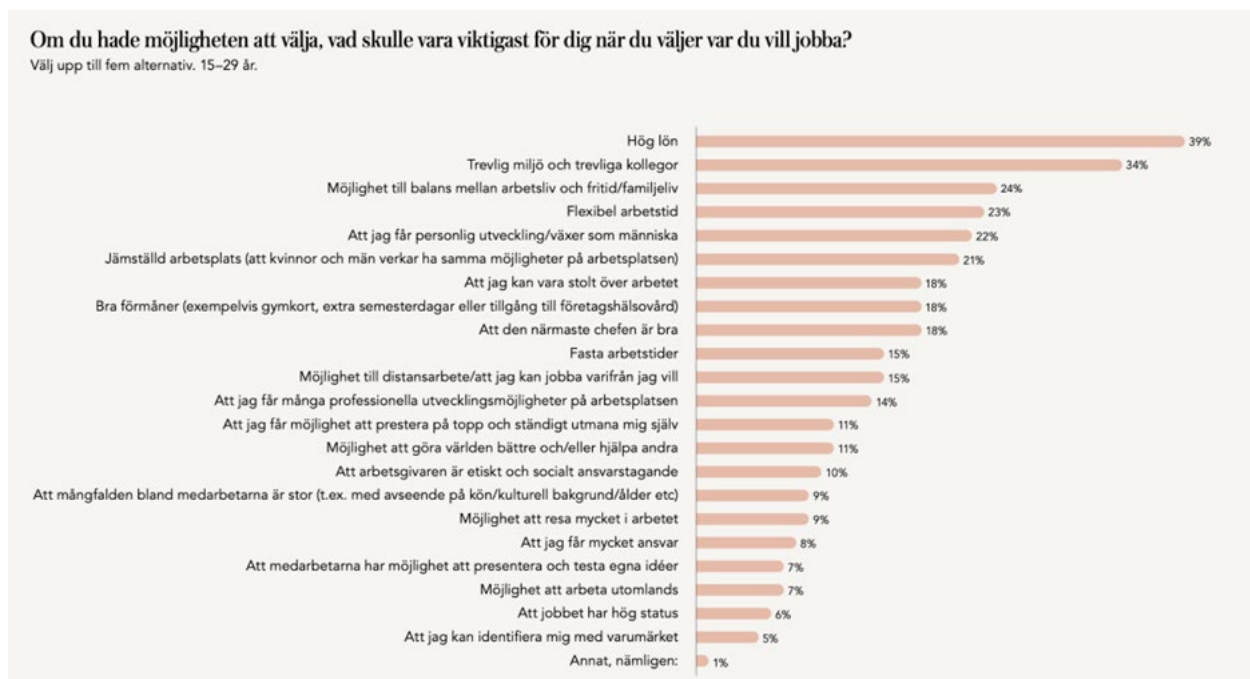
sommarskolor och mentorskap som kan ge inblick i branschens bredd och framtidsmöjligheter (Sims m.fl., 2021; Speth m.fl., 2023).

Utbildningssystemet spelar en avgörande roll i hur unga formar sina uppfattningar. I många sammanhang framställs urbana och akademiska karriärvägar som norm, medan jordbruk och livsmedelsarbete ofta ses som mindre prestigefyllda alternativ. Detta riskerar att bidra till en gradvis förlust av praktiska kunskaper och en svagare koppling till landsbygden (Girdziute m.fl., 2022; HLPE, 2021). Rörlighet på arbetsmarknaden betyder att arbetskraften är villig att byta jobb, yrke, sektor eller plats.

Mot denna bakgrund blir det tydligt att bristande kunskap och exponering spelar en avgörande roll för ungas låga intresse. Forskning visar att unga generellt har begränsad kännedom om utbildningar och yrken inom livsmedels- och jordbrukssektorn. Trots att sektorn har stor betydelse för hållbar utveckling och innovation uppfattas den ofta som mindre attraktiv och synlig jämfört med andra branscher (Sims med flera, 2021).

Perspektiv från Sverige

I Ungdomsfokusrapporten 2025, där man har kartlagt 15–29 åringars liv, framtidsdrömmar, drivkrafter, visar hur unga vuxna, i Sverige, har i allt större utsträckning gått från idealism till pragmatism i sina arbetslivsval. I en tid präglad av ekonomisk osäkerhet, klimatkris, pandemi och politisk oro är det ekonomisk trygghet som styr deras prioriteringar. Precis som i Ungdomsfokusrapporten 2025, visar MUCF:s attityd och värderingsstudie om ungas tycke till utbildning och arbete, att hög lön är den viktigaste faktorn vid val av arbetsgivare, följt av en trevlig arbetsmiljö, balans mellan arbete och privatliv samt flexibel arbetstid. Däremot är viljan att prestera på topp, ta stort ansvar eller arbeta med egna idéer betydligt lägre prioriterat än tidigare (Rasmussen Analys & Konungens stiftelse Ungt ledarskap, 2025; MUCF, 2025).



Figur 1: Attitydundersökning från Ungdomsfokusrapporten 2025.

Skola och utbildning är en av de samhällsfrågor som engagerar unga allra mest, näst efter sjukvården. Unga män lyfter särskilt utbildning, brottslighet, ekonomi och skatter som centrala frågor. Det finns dessutom en tydlig koppling mellan engagemang och framtidstro: unga som är aktiva i samhällsfrågor ser i högre grad positivt på framtiden.

Unga drömmer ofta om yrken som kombinerar trygghet, stabilitet och samhällsnytta. Egenföretagare eller entreprenör är en attraktiv yrkesroll, framför allt tack vare friheten att styra över sin egen tid och sina arbetsuppgifter. Yrken som polis, läkare och sjuksköterska rankas också högt eftersom de förknippas med samhällsbidrag, stabilitet och mening. Möjligheter till inflytande, flexibilitet och innovation är viktiga faktorer för dem som söker frihet och självständighet i arbetslivet.

Ledarskap och arbetskultur är avgörande för att unga ska trivas och stanna kvar på arbetsplatsen. Många unga anser att ledarskapet måste se annorlunda ut än för tidigare generationer och efterfrågar empati, tydlighet, inflytande och förståelse för psykisk ohälsa. De främsta stressfaktorerna handlar om ekonomisk och yrkesmässig osäkerhet, höga krav och otydliga förväntningar, samtidigt som självtvivel är vanligt i vardagen. Regelbunden och konkret feedback samt tydlig kommunikation är därför avgörande för att skapa trygghet och meningsfullhet i arbetet (Rasmussen Analys & Konungens stiftelse Ungt ledarskap, 2025).

Mot bakgrund av dessa värderingar och prioriteringar blir det tydligt att den svenska livsmedelssektorn står inför särskilda utmaningar. Sektorn omfattar både arbetsintensiva delar, som lantbruk, och mer kunskapsintensiva områden, som produktutveckling, livsmedelssäkerhet och teknisk innovation. Trots denna bredd uppfattar unga inte alltid sektorn som ett attraktivt framtidsalternativ. Det tyder på att branschens kommunikation och synlighet i relation till unga målgrupper är begränsad, och att det finns ett glapp mellan den bild unga har av livsmedelsindustrin och den faktiska utveckling som pågår i sektorn.

2.4 Könsskillnader i ungas utbildnings- och arbetsval inom livsmedelssektorn

Kön spelar en viktig roll i hur unga förhåller sig till utbildnings- och arbetsval inom livsmedelssektorn. Forskning om Generation Z visar att unga ofta värderar arbetsmiljö, personlig utveckling och balans mellan arbete och privatliv högt, men att män och kvinnor prioriterar olika aspekter när de överväger en karriär inom branschen (Kozera-Kowalska & Uglis, 2021). Dessa skillnader märks i allt från utbildningsval och upplevelser av arbetsmiljön till hur unga bedömer sina långsiktiga karriärmöjligheter. Samtidigt präglas livsmedelssektorn av en tydlig dubbelhet: den rymmer både högteknologisk forskning och akademisk kunskapsproduktion, och starkt traditionella former av produktion och ägande (Tillväxtverket, 2022). I denna blandning av nytt och gammalt tenderar könsskillnader inte bara att reproduceras utan också att förstärkas längs hela kedjan - från utbildning till arbete och företagande.

I Sverige kan vi i många fall se den här dubbelheten, där modernitet ofta vilar på en mycket gammal grund. Många kvinnor tar plats i utbildning, forskning och professionella specialroller medan män tar större plats i primärproduktion, praktiskt arbete och ägande. När sektorns karriärvägar och normer är snävt könskodade riskerar unga som inte passar in i dessa mönster att lämna branschen, även om de har både vilja och kompetens att bidra (Tillväxtverket, 2021; 2022; 2023).

Mot denna bakgrund delas analysen in i två delar. Inledningsvis behandlas de mer traditionella och icke kunskapsintensiva delarna av livsmedelssektorn, där könsskillnader tidigt blir synliga i arbetsdelning, arbetsmiljö och ägande. Därefter analyseras de kunskapsintensiva delarna, där utbildningsambitionerna är höga men där genomslaget i arbetslivet ofta är ojämnt.

Icke kunskapsintensiva och traditionella delar av livsmedelssektorn

Inom de mer praktiska och traditionella delarna av livsmedelskedjan, såsom primärproduktion, är könsmönstren ofta ännu mer uttalade. Arbetsuppgifter är starkt könskodade: män förknippas med maskinkörning, tunga moment och köttproduktion, medan kvinnor i högre grad ansvarar för djuromvårdnad, service, administration och andra omsorgsnära uppgifter. I restaurangbranschen syns samma struktur, där män dominerar i roller som kockar och kökschefer, medan kvinnor främst återfinns inom servering och caféverksamhet.

Denna könsuppdelning påverkar inte bara hur arbetet ser ut i vardagen, utan också hur kompetens uppfattas på längre sikt. Mönstren formas tidigt och tenderar att förstärka sig själva. I samband med generationsskiften inom lantbruk är det fortfarande vanligare att söner tar över verksamheten. En bidragande orsak är att söner ofta tränas i maskinanvändning från ung ålder, medan döttrar får ansvar för djurskötsel. Vid ett skifte framstår därmed sönerna som mer "kompetenta" enligt traditionella mått, trots att döttrarnas arbete varit minst lika centralt för driften (Tillväxtverket, 2024).

Ägande- och arvsstrukturer spelar här en avgörande roll. I många delar av världen lever patrilineära system kvar, där mark och företag förs vidare från far till son. Detta gör att flickor i högre grad ser utbildning som den enda vägen till ekonomisk självständighet, snarare än som ett sätt att utvecklas inom jordbruket (Mkong m.fl., 2021). Även i Sverige osynliggörs ofta kvinnors arbete på gårdar genom att det betraktas som medhjälp snarare än som yrkesmässigt och ekonomiskt värdeskapande arbete (Tillväxtverket, 2022).

Resursklyftor förstärker ytterligare dessa skillnader. Globalt mottar kvinnor endast en mycket liten andel av jordbruksrådgivning, och i delar av Afrika har kvinnor betydligt sämre tillgång till internet och digitala verktyg än män. Detta begränsar deras möjligheter att ta del av ny teknik, marknadsinformation och innovationsprocesser, vilket i sin tur påverkar framtidstro och vilja att investera i sektorn (HLPE, 2021: Yami m.fl., 2019).

Otrygghet i arbetsmiljön är en annan central faktor som påverkar ungas attityder. Unga kvinnor är kraftigt överrepresenterade i gruppen som varken arbetar eller studerar, delvis eftersom de utför nästan tre gånger så mycket obetalt hem- och omsorgsarbete som män (FAO, 2025). Kozera-Kowalska & Uglis (2021) visar att unga kvinnor i större utsträckning än män värderar sociala relationer, möjligheten att bidra till miljö och samhälle samt balans mellan yrkes- och privatliv. Dessa faktorer kan göra att praktiska och traditionella yrken i livsmedelssektorn upplevs mindre attraktiva, särskilt när arbetsvillkoren är tunga eller oregelbundna. Inom restaurang

och handel är sexuella trakasserier dessutom ett väl dokumenterat problem, vilket i Sverige uppmärksammas genom MeToo-upprop som #skiljaagnarnafrånvetet och #vikokaröver. Unga kvinnor rapporterar också i högre grad stress, prestationsångest och oro för sin ekonomi, vilket sammantaget bidrar till att sektorn upplevs som mindre attraktiv och trygg (Eren & Aydin, 2020; Tillväxtverket, 2022).

Konsekvensen av dessa strukturer blir tydlig i statistiken över matchning mellan utbildning och arbete. Bland personer som läst praktiska naturbruksprogram på gymnasiet i Sverige arbetar endast 29 procent av kvinnorna i ett matchande yrke efter avslutad utbildning, en betydligt lägre andel än bland män. Många kvinnor lämnar branschen tidigt, ofta med hänvisning till svårigheter att kombinera fysiskt tunga arbetsuppgifter och obekväma arbetstider med familjeliv och långsiktig hållbarhet (Tillväxtverket, 2023; Tillväxtverket 2021a).

Kunskapsintensiva delar av livsmedelssektorn

Internationella studier visar att flickor ofta är i majoritet bland studenter inom jordbruk, livsmedelsvetenskap och närliggande naturvetenskapliga utbildningar. I Storbritannien utgör kvinnor över 64 procent av studenterna inom jordbruk och livsmedel, och i södra Kalifornien är andelen kvinnliga studenter inom livsmedelsvetenskap så hög som 72 procent (Sims m.fl., 2021; Hsu m.fl., 2024).

Samtidigt visar studier att kvinnliga och manliga studenter har olika ambitioner. En studie om generation Z:s syn på jordbruksnäring och könsskillnader (Kozera-Kowalska & Uglis, 2021), visar att kvinnliga studenter i större utsträckning prioriterar självutveckling, pro-sociala mål och vidareutbildning, medan manliga studenter oftare fokuserar på ekonomi, status och entreprenörskap. Bland män var ambitionen att starta eget företag direkt efter examen betydligt högre (42,2 %) än bland kvinnor (25,6 %), medan kvinnorna i större utsträckning vill slutföra en masterexamen innan de går ut på arbetsmarknaden. Liknande mönster återfinns även i Sverige, där unga kvinnor i högre grad än unga män studerar vidare eller planerar att läsa vidare efter gymnasiet (MUCF, 2025).

Trots denna starka närvaro av kvinnor i utbildningssystemet avtar deras representation längre fram i karriärleden. Ägande, ledande positioner och makt över resurser är i hög grad koncentrerade till män (Tillväxtverket, 2024). Detta blir särskilt tydligt i England, där 84 procent av gårdarna ägs av män med en könsobalans som är mer framträdande än i många andra naturvetenskapliga och tekniska fält (Sims m.fl., 2021). Problemet uppstår således inte i ungas utbildningsambitioner, utan i övergången från utbildning till yrkesliv och inflytande. Detta fenomen beskrivs ofta som en "leaky pipeline", där kvinnor som utbildat sig för sektorn lämnar den i högre utsträckning än män eller aldrig påbörjar en relevant karriär efter examen.

Orsakerna är sällan bristande motivation eller kompetens, utan snarare negativa attityder, exkluderande arbetsplatskulturer och normer som präglas av traditionell maskulinitet. För unga kvinnor kan detta skapa en känsla av att inte höra hemma, trots lång utbildning och starkt engagemang (Tillväxtverket, 2022).

Forskning visar samtidigt att det inte finns några statistiska skillnader mellan könen när det gäller sannolikheten att välja en STEM-inriktning väl inne i högre utbildning (Hegerfeld-Baker, m.fl., 2015). Däremot skiljer sig deras prioriteringar. Kvinnor lägger i högre grad vikt vid att bidra till något som upplevs som samhällsligt meningsfullt samt vid en god social arbetsmiljö, medan män oftare prioriterar karriärutveckling, status och position. När sektorns belöningsystem i första hand premierar traditionella karriärlogiker riskerar detta att missgynna de drivkrafter som många unga kvinnor upplever som centrala (MUCF, 2025).

I detta sammanhang spelar mentorskap och förebilder en avgörande roll. För kvinnor som befinner sig i mansdominerade utbildnings- och arbetsmiljöer är tillgången till kvinnliga mentorer ofta avgörande för möjligheten att bygga en professionell identitet och stanna kvar i karriären över tid. Avsaknaden av sådana stödstrukturer förstärker bortfallet och bidrar till att könsskillnaderna består (Speth m.fl., 2023).

3. Goda exempel på branscher som lyckats attrahera unga människor

3.1 Internationella innovativa rekryteringsstrategier för unga talanger

Företag och organisationer främst i branscher med fokus på teknologi använder en rad moderna strategier för att attrahera och behålla unga medarbetare. Dessa insatser kännetecknas av ett ökat fokus på digitalisering, anpassad kommunikation och inkluderande arbetsmiljöer. I takt med att arbetsmarknaden förändras och konkurrensen om unga talanger ökar, har organisationer tvingats ompröva sina rekryteringsstrategier. Modern rekryteringen kännetecknas av en integrering av digitala verktyg, ett starkt fokus på arbetsgivarvarumärke och en medvetenhet om de värderingar som präglar yngre generationer.

Användningen av AI och digitala plattformar har effektiviserat urvalsprocessen och möjliggjort en mer träffsäker matchning mellan kandidat och arbetsgivare. Detta innebär att organisationer kan nå ut till en bredare målgrupp och samtidigt skapa en mer personlig kandidatupplevelse. Digitaliseringen har också bidragit till ökad transparens och snabbare kommunikation, vilket är avgörande för att attrahera unga som är vana vid snabba digitala flöden.

Ett tydligt och attraktivt arbetsgivarvarumärke har blivit en strategisk tillgång. Unga talanger söker arbetsplatser där värderingar, kultur och möjligheter till utveckling står i centrum. Organisationer som lyckas kommunicera sitt erbjudande på ett autentiskt sätt har större chans att engagera och behålla unga medarbetare. Här spelar sociala medier en nyckelroll, både som kanal för rekrytering och som plattform för att visa upp företagskulturen.

Rekryteringsinsatser som är anpassade efter målgruppens behov och förväntningar är mer framgångsrika. Generation Z värdesätter flexibilitet, inkludering och möjligheter till kompetensutveckling. Organisationer som erbjuder praktik, mentorskap och flexibla arbetsformer uppfattas som attraktiva arbetsgivare. Detta kräver att rekryteringsprocessen är lyhörd och kontinuerligt utvecklas i takt med förändrade förväntningar.

Med ökad digitalisering följer också ett ansvar för att hantera data och personuppgifter på ett etiskt sätt. Transparens och rättvisa i rekryteringsprocessen

är avgörande för att bygga förtroende hos kandidaterna. Organisationer som aktivt arbetar med dessa frågor stärker sitt anseende och minskar risken för negativa konsekvenser. Innovativa rekryteringsstrategier för unga talanger hämtade från internationella exempel kan sammanfattas:

- **Teknologisk utveckling:** Digitala verktyg och AI används för att effektivisera rekryteringsprocessen och skapa bättre kandidatupplevelser.
- **Starkt arbetsgivarvarumärke:** Organisationer betonar sitt värdeerbjudande och en attraktiv arbetskultur för att särskilja sig på arbetsmarknaden.
- **Målgruppsanpassad kommunikation:** Rekryteringsinsatser riktas särskilt mot yngre generationer genom relevanta kanaler och format.
- **Engagerande och verklighetsnära initiativ:** Praktiska program och samarbeten med näringslivet ger unga möjlighet att få insyn och erfarenhet av arbetslivet.
- **Kompetensutveckling och mentorskap:** Kontinuerlig utveckling och stöd genom mentorskap bidrar till att unga talanger trivs och utvecklas.
- **Mångfald och flexibilitet:** Inkluderande rekryteringsprocesser och flexibla arbetsformer är centrala för att möta unga medarbetares förväntningar.

4. Goda exempel – Åtgärder från livsmedelsbranschen

Flera länder med utmaningar liknande de svenska har utvecklat strategier för att öka ungas intresse för utbildning och arbete inom livsmedelssektorn.

Enligt FAO:s rapport *The Status of Youth in Agri-Food Systems (2025)* utgör Kina ett framgångsrikt exempel på hur teknisk innovation kan fungera som drivkraft för att engagera yngre generationer i sektorn. Yngre lantbrukare under 35 år har visat en stark vilja att investera i precisionsjordbruk, vilket tyder på en tydlig preferens för moderna, teknikorienterade arbetssätt. I Nederländerna pekar Ryan (2023) ut lågt intresse bland unga som en av de största utmaningarna för sektorns framtida kompetensförsörjning, trots att landet har en av världens mest avancerade lantbrukssektorer. Där pågår politiska satsningar som syftar till att förändra branschens image och öka dess attraktionskraft.

I Nya Zeeland har regeringen genomfört flera åtgärder för att förbättra bilden av livsmedels- och fibersektorn. Genom att synliggöra tydliga karriärvägar, erbjuda konkurrenskraftiga löner och skapa goda arbetsvillkor försöker man attrahera unga och välutbildade individer till branschen. Även Kanada arbetar med en långsiktig strategi där utbildning är i fokus. Genom riktade initiativ från förskolenivå till gymnasiet vill man väcka intresse och engagemang för jordbruk och livsmedelsproduktion redan i tidig ålder, med målet att skapa en stabil kompetensförsörjning och stärka branschens status i framtiden (Ryan, 2023).

Allt som allt pekar forskningen på att ökad synlighet och förbättrad berättarteknik är avgörande för att väcka ungas intresse för livsmedelssektorn. Universitet och branschaktörer behöver samarbeta för att förmedla en mer inspirerande bild av arbetet inom sektorn med en bild som speglar innovation, samhällsnytta och framtidstro. Genom att dela engagerande berättelser om människorna, tekniken och utvecklingen i branschen, och genom att använda de plattformar där unga faktiskt befinner sig, som TikTok och andra sociala medier, kan sektorn bli mer tillgänglig och attraktiv. En öppnare och mer inkluderande kommunikation kan i förlängningen bidra till att locka en större bredd av unga talanger till livsmedelsnäringen (Sloan, 2024).

Livsmedelsbranschens strategiska omställning i sitt sätt att attrahera unga talanger, samverkar digitalisering, värderingsstyrning och arbetsplatskultur för att skapa bättre möjligheter att rekrytera yngre människor med fokus på följande områden:

1. Digitaliseringens dubbla roll

Digitala kanaler och sociala medier har blivit centrala för att nå ut till unga, men analysen visar att det inte räcker med närvaro då det krävs också autenticitet och interaktivitet. Företag som lyckas skapa engagerande och trovärdigt innehåll kan bygga långsiktiga relationer med potentiella medarbetare. Samtidigt innebär den ökade digitaliseringen en risk för att rekryteringsprocessen blir ytlig eller exkluderande för dem som inte är lika digitalt aktiva. Detta ställer krav på en balanserad strategi där digital innovation kombineras med inkluderande processer.

2. Värderingsstyrning och CSR som konkurrensmedel

Företagens samhällsansvar (CSR) framstår som en avgörande faktor för unga talanger, särskilt för Generation Z. Analysen pekar på att CSR inte längre är ett plus utan en viktig faktor – unga förväntar sig att arbetsgivare tar ställning i sociala och miljömässiga frågor. Detta innebär att företag som inte aktivt kommunicerar och integrerar sitt samhällsansvar riskerar att tappa i attraktionskraft. Samtidigt kan det finnas en risk för "greenwashing" eller symboliska initiativ som inte är förankrade i verksamheten, vilket kan slå tillbaka om unga uppfattar brist på äkthet.

3. Arbetsplatskultur och flexibilitet – från förmån till norm

Flexibla arbetsformer, utvecklingsmöjligheter och en inkluderande kultur har gått från att vara konkurrensfördelar till att bli grundläggande krav. Analysen visar att unga talanger värderar arbetsplatser där de kan växa, påverka och känna tillhörighet. Företag som erbjuder traineeprogram och mentorskap kan skapa strukturer för långsiktig kompetensförsörjning. Samtidigt innebär detta att arbetsgivare måste vara beredda att kontinuerligt utveckla sina erbjudanden för att möta förändrade förväntningar.

4. Skiftet från traditionella till innovativa metoder

En viktig slutsats är att traditionella rekryteringsmetoder, såsom platsannonser och karriärmässor, tappar i relevans. I stället prioriteras upplevelsebaserat lärande, digital närvaro och värderingsdriven kommunikation. Detta skifte innebär att företag måste investera i nya kompetenser och arbetssätt för att förbli konkurrenskraftiga. Det ställer också krav på ledarskap och organisationskultur att vara mottagliga för förändring och innovation.

5. Utmaningar för livsmedelsbranschen

5.1 Identifiering av hinder

Livsmedelsbranschen står inför stora utmaningar när det gäller att locka unga människor, och flera olika faktorer samspelar för att skapa den situation vi ser i dag. En del av problemet handlar om bilden av branschen. Många unga ser fortfarande livsmedelsproduktion som något omodernt, tungt och lågstatus, trots att mycket av arbetet i dag bygger på avancerad teknik, automatisering och smarta processer. Det finns alltså ett tydligt glapp mellan hur branschen faktiskt fungerar och hur den uppfattas. När unga dessutom möter andra sektorer som mycket aktivt kommunicerar innovation och framtidstro, blir denna bild ännu svårare att utmana.

Arbetsvillkoren spelar också stor roll. Många unga vill ha balans i livet, tydliga arbetstider och möjlighet att påverka sin vardag. I delar av livsmedelssektorn är vardagen präglad av skiftarbete, hög belastning och ibland ganska monotona arbetsmoment. Detta innebär att även de som i grunden är intresserade av mat, hållbarhet eller teknik kan tveka inför att ta steget in i branschen. Löneläget förstärker detta ytterligare, eftersom ekonomisk trygghet är en av de viktigaste faktorerna för dagens unga.

Utbildningssystemet är en annan viktig del av förklaringen. Många unga har helt enkelt ingen tydlig bild av vilka utbildningar som leder till jobb i livsmedelssektorn – eller ens vilka jobben är. Livsmedelsrelaterade ämnen är ofta osynliga i skolan, och i urbana miljöer är kopplingen till primärproduktionen svag. Detta gör att branschen upplevs som avlägsen, både geografiskt och mentalt. När utbildningsvägarna dessutom inte alltid stämmer överens med företagets behov, uppstår en dubbel utmaning: bristen på rätt kompetens kombineras med brist på intresse.

En del av problematikens kärna är också kulturell. I flera delar av livsmedelskedjan – särskilt i mer traditionella eller mansdominerade miljöer – finns fortfarande normer och arbetssätt som gör det svårare för unga kvinnor att känna sig hemma. Många lämnar branschen tidigt, eller avstår helt, eftersom de inte ser en tydlig plats för sig själva. Denna "leaky pipeline" handlar inte om bristande ambitioner, utan om arbetsmiljö, kultur och möjligheter att utvecklas. I vissa delar av sektorn är dessutom problemen med otrygghet och sexuella trakasserier väl dokumenterade, vilket påverkar både branschens rykte och ungas vilja att stanna kvar.

Ledarskapet spelar en avgörande roll. Dagens unga förväntar sig chefer som lyssnar, kommunicerar, ger feedback och skapar trygghet. Hierarkiska och otydliga strukturer upplevs snabbt som föråldrade. När ledarskapet inte hänger med förändringen i

ungas förväntningar riskerar det att bli en av de största anledningarna till att många väljer bort sektorn. Forskning visar att det inte räcker att erbjuda "bra arbetsuppgifter" där unga lyfter att de vill känna sig sedda, delaktiga och ha möjlighet att växa.

Sammanfattningsvis handlar utmaningen inte om ett enskilt problem, utan om en kombination av gamla bilder, svaga utbildningsvägar, tuffa arbetsvillkor och en kultur som inte alltid speglar dagens värderingar. För att lyckas attrahera unga behöver branschen arbeta parallellt med flera områden: modern kommunikation, bättre möjligheter att växa, mer attraktiva arbetsvillkor, en inkluderande kultur och en tydlig berättelse om branschens betydelse för samhällets trygghet och hållbarhet. Först när dessa delar hänger samman kan livsmedelssektorn ta plats som den framtidsbransch den faktiskt är och kan bli.

5.2 Vad kan stödsystemet och livsmedelsföretag göra för att öka attraktionskraften inom livsmedelsbranschen?

För att livsmedelsbranschen ska kunna stärka sin attraktionskraft bland unga krävs både en strukturell omställning och en mer genomtänkt strategisk inriktning från såväl stödsystem som företag. De utmaningar branschen står inför är inte bara operativa utan handlar om djupare attitydfrågor, gamla föreställningar och långsiktiga kompetensgap. Nedan följer en fördjupad analys av de centrala åtgärdsförslagen och varför de är kritiska ur ett kompetensförsörjningsperspektiv.

Förslag till stödsystemet

Stödsystemet spelar en nyckelroll i att forma och påverka de villkor som påverkar ungas attityder till livsmedelssektorn. Åtgärderna handlar därför inte enbart om bättre kommunikation, utan om att förändra den institutionella logik som idag reproducerar bristande synlighet och svaga karriärvägar.

1. Stärkt samverkan mellan utbildning och näringsliv

Djupare samverkan behövs eftersom kompetensgapet i branschen i grunden är ett systemfel, där utbildningar ofta utvecklas utan tillräcklig koppling till företagens faktiska behov. Genom partnerskap, praktik, gemensamma utvecklingsprojekt och regionala kompetensplattformar kan utbildningar bli både mer relevanta och mer attraktiva. En sådan samverkan kan också motverka det återkommande problem

som forskning pekar på: unga har bristande kunskap om vilka roller som faktiskt finns i branschen.

2. Modernisering av utbildningsinnehåll

Att uppdatera utbildningsinnehåll handlar inte bara om att lägga in mer digitalisering eller teknik, utan om att omformulera bilden av livsmedelsproduktion som en framtidssektor. Genom att integrera områden som AI, automatisering, hållbar livsmedelssäkerhet och cirkulära system blir utbildningarna mer attraktiva för studenter som söker innovation och framtidsmöjligheter, inte enbart traditionellt lantbruk eller produktion.

3. Synliggöra sektorernas bredd

Livsmedelsbranschens bredd är stor men ofta okänd. Digitalisering, sensorik, livsmedelsteknik, bioteknik och cirkulära affärsmodeller är exempel på områden där unga ofta har intresse, men få kopplar dem till livsmedelsindustrin. Genom att aktivt lyfta fram denna mångfald kan stödsystemet bidra till att bryta cementerade bilder av branschen som enkel, fysisk och lågstatus.

4. Tidiga informationsinsatser

Forskning visar tydligt att attityder till yrkesval formas långt tidigare än vid gymnasieval och högskoleansökningar. Därför behövs insatser som når yngre åldrar genom exempelvis skolprogram, digitalt utbildningsmaterial och branschambassadörer. Tidiga insatser är dessutom avgörande för att motverka könsstereotypa studie- och yrkesval.

5. Integrera kompetensförsörjningen i nationell politik

Kompetensförsörjningen är inte bara en branschfråga utan en fråga om livsmedelsberedskap, regional utveckling och totalförsvar. Att integrera kompetensfrågan tydligare i den nationella livsmedelsstrategin kan ge branschen högre politisk prioritet och bidra till långsiktiga satsningar, snarare än punktinsatser.

Förslag till livsmedelsföretagen

Företagen har en minst lika viktig roll som stödsystemet. Medan stödsystemet formar de yttre strukturerna, sitter företagen på förmågan att förändra det faktiska värdeerbjudandet för unga medarbetare. Nedan analyseras hur företagen kan arbeta mer strategiskt med attraktionskraft.

1. Modernisering av image och kommunikation

Många företag är tekniskt avancerade, men bilden av branschen är kvar i en förindustriell berättelse. Ungas mediekonsumtion kräver kommunikation som är:

- autentisk
- visuellt driven
- värderingsstyrd
- baserad på storytelling, snarare än information

Att lyfta fram verkliga medarbetare, innovationer i produktionen, AI-tillämpningar och hållbarhetsarbete är viktigare än konventionella jobbannonser. Företag som inte syns på sociala medier riskerar att bli osynliga på en arbetsmarknad där unga gör majoriteten av sina första intryck digitalt.

2. Värderingsstyrt och empatiskt ledarskap

Generation Z värderar ledarskap lika högt eller högre än själva arbetsuppgifterna. Empati, tydlighet, psykologisk trygghet och kontinuerlig feedback beskrivs i studier som centrala faktorer för att unga ska stanna kvar. Ett modernt ledarskap är inte ett mjukt komplement utan en konkurrensfaktor i sig.

3. Förbättrade arbetsvillkor och flexibilitet

Lön, arbetsmiljö och balans mellan arbete och privatliv är topprioriteringar. Här ligger delar av livsmedelssektorn efter. För att attrahera unga krävs:

- tydligare karriärvägar
- möjlighet till kompetensutveckling
- flexibla arbetstider där det är möjligt
- aktivt arbetsmiljöarbete
- transparent kommunikation om löneutveckling

Det handlar inte om att erbjuda "förmåner", utan om att möta de grundkrav en ny generation ställer.

4. Tydliggör samhällsnyttan

Livsmedelsberedskap och totalförsvaret är områden som särskilt engagerar unga. Detta är en strategisk tillgång som branschen historiskt har underskattat. Genom att visa hur arbetet bidrar till samhällets motståndskraft, klimatmål och hållbarhetsomställning kan företagen attrahera unga som drivs av mening, ansvar och samhällsengagemang.

5. Aktivt arbete med jämställdhet och inkludering

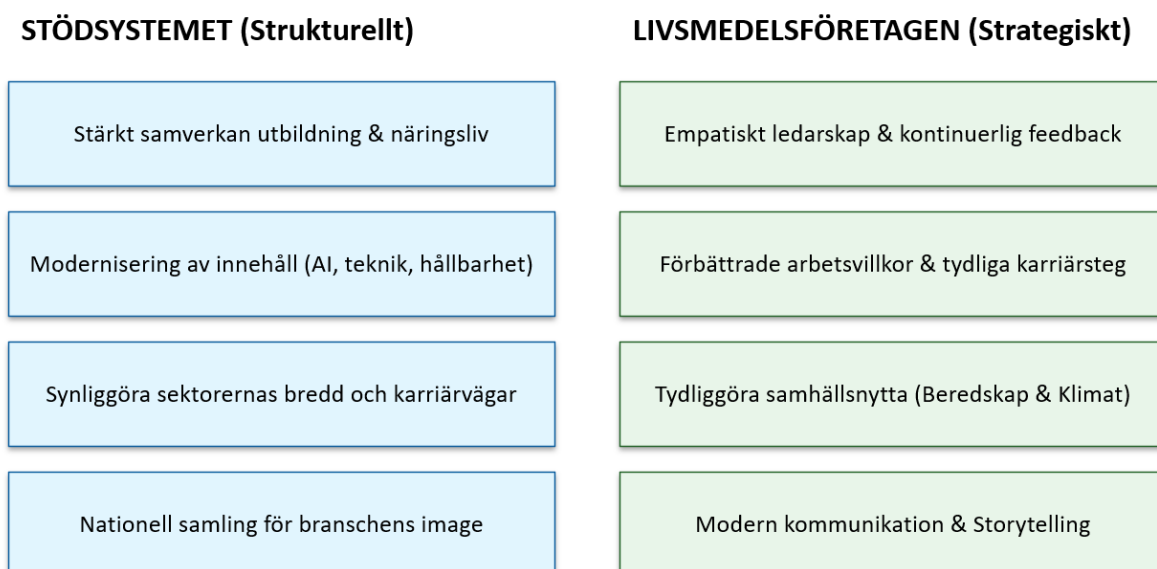
En central del av branschens attraktionsproblem är könade normer, patriarkala strukturer och en påtaglig "leaky pipeline". Företagen behöver utveckla strategier för att motverka de strukturer som gör att många unga kvinnor lämnar sektorn, trots högt intresse och hög utbildningsnivå. Genom att arbeta systematiskt med:

- mentorskap
- synliga kvinnliga förebilder
- inkluderande arbetsmiljöer
- transparens kring karriärsteg

6. Praktisk exponering

Praktik, sommarkurser, lärlingsplatser, traineeprogram och öppenhetsdagar är centrala verktyg. Forskning visar att praktisk erfarenhet ökar ungas vilja att arbeta i branschen markant. Företag som erbjuder dessa möjligheter bidrar inte bara till rekrytering eftersom de bygger också ambassadörer och långsiktiga relationer med framtidens arbetskraft.

Det är först när dessa delar hålls samman i ett långsiktigt transformationsarbete som branschen på allvar kan utmana sin nuvarande image och locka de unga talanger som behövs för framtiden.



Figur 2: Vägen framåt för ökad attraktionskraft för livsmedelsbranschen bland yngre

Figur 2 illustrerar hur två aktörsgrupper – stödsystemet och livsmedelsföretagen – tillsammans bidrar till att öka livsmedelsbranschens attraktionskraft. Stödsystemets åtgärder representerar strukturella och långsiktiga insatser, såsom att stärka samverkan med utbildningssektorn, modernisera utbildningsinnehåll, synliggöra branschens bredd och skapa en nationell samling kring branschens image. Livsmedelsföretagens åtgärder visar de strategiska insatser som krävs på organisationsnivå, exempelvis empatiskt ledarskap, förbättrade arbetsvillkor, tydliggörande av samhällsnytta samt modern och värderingsdriven kommunikation. Tillsammans formar dessa två perspektiv en helhetsstrategi för att göra branschen mer attraktiv för unga.

6. Slutsatser

Sammantaget visar internationella jämförelser att den svårighet Sverige upplever med att attrahera ungdomar och unga vuxna till livsmedelsindustrin är en del av ett bredare, globalt mönster. I många länder präglas ungas bild av jordbruk och livsmedelsindustri av låg status, begränsad synlighet och bristande kännedom om de karriärmöjligheter som faktiskt finns. Samtidigt visar forskning att sektorns attraktionskraft ökar när den uppfattas som modern, tekniskt avancerad och innovativ - samt när unga ges tidig exponering genom utbildning, praktik och entreprenörskap.

Livsmedelsbranschen befinner sig i en omvälvande tid där gamla strukturer utmanas av nya tekniska möjligheter, förändrade värderingar och ökade krav på hållbarhet och samhällsberedskap. Samtidigt står sektorn inför en av sina mest akuta utmaningar: bristen på unga människor som vill utbilda sig för, arbeta inom och utveckla framtidens livsmedelssystem. Rapporten visar att detta inte är ett isolerat svenskt fenomen, utan en internationellt återkommande trend. I såväl Europa som Nordamerika, Asien och Oceanien möter livsmedelssektorn samma grundläggande hinder: bristande kunskap om yrkesmöjligheter, låg social status kopplad till traditionellt jordbruk och livsmedelsproduktion samt en allmän uppfattning om att sektorn är mindre modern än den faktiskt är.

Trots en snabb teknisk utveckling, med automatisering, digitalisering, precisionsjordbruk och cirkulära system, lyckas branschen inte kommunicera denna förnyelse till unga. Föreställningen om sektorn bygger ofta på äldre bilder av tung och monotont arbete, samtidigt som konkurrerande branscher såsom teknik, hälsa, naturvetenskap aktivt positionerar sig som framtidsorienterade.

Unga vuxnas värderingar förstärker denna problematik. Generation Z prioriterar trygghet, balans mellan arbete och privatliv, flexibilitet och värderingsdrivna arbetsgivare. Ledarskap, arbetsmiljö och möjlighet till personlig utveckling väger tyngre än tidigare generationers fokus på status och traditionell karriär. Detta skapar friktion i delar av livsmedelssektorn där skiftarbete, hög arbetsbelastning och begränsade utvecklingsmöjligheter fortfarande är vanligt förekommande. Samtidigt är ekonomisk trygghet en av de enskilt viktigaste faktorerna för ungas val något som blir en utmaning i livsmedelsbranschens delar där lönenivåerna släpar efter.

Könsskillnader utgör ytterligare en strukturell barriär. Trots att kvinnor ofta dominerar inom utbildningar kopplade till livsmedelsvetenskap och agronomi, minskar deras representation drastiskt när det gäller arbete, ägande och ledarskap inom sektorn. Mansdominerade normer, brist på kvinnliga förebilder, otrygghet i arbetsmiljön och

svårigheter att kombinera arbetet med privatlivets krav skapar en "leaking pipeline" som branschen har svårt att bryta. Detta innebär betydande förluster av kompetens, innovation och mångfald som är faktorer som forskning visar är centrala för resilient och hållbar utveckling. Utbildningssystemet spelar i detta en avgörande roll. Livsmedelsrelaterade utbildningar är svagt synliga, fragmenterade eller saknar tydliga kopplingar till företagens faktiska behov. Många unga möter branschen först sent, ofta genom slumpmässiga kontakter eller praktik. Det gör att intresset aldrig hinner växa fram på samma naturliga sätt som för mer välkända professioner. Utan tidig exponering, praktiska erfarenheter och tydliga karriärvägar riskerar branschen att fortsätta upplevas som mindre relevant, trots sin centrala roll för samhällets säkerhet och hållbarhet.

Erfarenheter från Kina, Nederländerna, Nya Zeeland och Kanada illustrerar att politiska satsningar, modernisering, förbättrad kommunikation och långsiktiga utbildningsinsatser kan spela en avgörande roll för att locka nya generationer till livsmedelssektorn. Även i Sverige framträder liknande mönster. Unga vuxna prioriterar i högre grad trygghet, balans mellan arbete och fritid, flexibilitet och meningsfullhet i arbetet. För livsmedelsbranschen innebär detta att det inte längre räcker att enbart lyfta fram samhällsnytta eller traditionella yrkesroller. För att bli konkurrenskraftig behöver sektorn erbjuda tydliga karriärvägar, attraktiva löner, goda arbetsvillkor och flexibla arbetstider samt en arbetskultur som tar psykisk (o)hälsa på allvar.

Det är också centralt att tydliggöra hur utbildning och arbete inom branschen bidrar till samhällsnytta, hållbar utveckling och framtidstro. Möjligheter till inflytande, variation, innovation och självständighet i arbetet kan öka attraktionskraften, särskilt bland unga som söker utveckling och mening i yrkeslivet. Slutligen visar både forskning och ungas egna preferenser att ett modernt ledarskap som är präglad av tydlig kommunikation, regelbunden feedback och en tillåtande kultur där misstag ses som en del av lärandet är avgörande för att behålla unga talanger och skapa engagemang i branschen.

Rapporten visar att branschens kompetensförsörjning kräver en samlad strategisk omställning. Det handlar inte enbart om att förbättra informationen om sektorn, utan om att faktiskt förändra dess strukturer, arbetsvillkor och kultur. För att lyckas attrahera unga behöver branschen modernisera sin kommunikation, utveckla utbildningar som speglar dagens tekniska och hållbarhetsdrivna verklighet, stärka ledarskapet och arbetsmiljön samt skapa mer inkluderande och jämställda verksamheter. Samtidigt måste branschens samhällsviktiga roll lyftas fram på ett tydligare sätt där livsmedelsberedskap, totalförsvaret och klimatomställning är

områden som engagerar unga, men som i dag sällan kopplas till industrialiserat arbete.

Genom att kombinera dessa insatser kan livsmedelssektorn inte bara förbättra sin attraktionskraft utan också stärka sin långsiktiga motståndskraft och innovationsförmåga. Framtidens livsmedelssystem kommer att kräva en bredd av kompetenser från tekniska specialister och ingenjörer till agronomer, processoperatörer, logistik, marknadsförare och hållbarhetsstrateger. Unga har potentialen att driva denna utveckling, men branschen måste möta dem där de befinner sig: i deras värderingar, deras visioner och deras förväntningar på en meningsfull och hållbar arbetsframtid. Det är först då livsmedelssektorn kan ta plats som den framtidsbransch den faktiskt är och behöver vara.

Referenser

Consentino, F., Vindigni, G., Spina, D., Monaco, C., & Peri, I. (2023). An Agricultural Career through the Lens of Young People. *Sustainability*, 15(14), 11148.

<https://doi.org/10.3390/su151411148>

Eren, R., & Aydin, A. (2020). Perceptions and Attitudes of Culinary Students Towards Food and Beverage Industry in Turkey, *Journal of Culinary Science & Technology*, 18:5, 371-395, DOI: 10.1080/15428052.2019.1640155

FAO. 2025. The status of youth in agrifood systems. Tillgänglig Online:

<https://doi.org/10.4060/cd5886en>

Girdziute L, Besuspariene E, Nausediene A, Novikova A, Leppala J and Jakob M (2022) Youth's (Un)willingness to work in agriculture sector. *Front. Public Health* 10:937657. doi: 10.3389/fpubh.2022.937657

Hegerfeld-Baker, J., Anand, S., Droke, L., & Chang, K. (2015). Factors Influencing Choosing Food and Agriculture Related STEM Majors. *NACTA Journal*, 59(1), 34-40.

<https://www.jstor.org/stable/nactajournal.59.1.34>

HLPE. (2021). Promoting youth engagement and employment in agriculture and food systems. Tillgänglig online:

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/034c7cf9-9215-4304-a264-ecb0215a50d2/content>

Hsu, J. L., Ahles, S., Senger, L. W., & Prakash, A. (2024). Exploring pathways to food science careers in Southern California: A case study in food science career development. *Journal of Food Science*, 89, 727-739. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.16835>

Kozera-Kowalska, M., & Uglis, J. (2021). Agribusiness as an Attractive Place to Work-- A Gender Perspective. *Agriculture*, 11(3), 202.

<https://doi.org/10.3390/agriculture11030202>

Livsmedelsföretagen. (2023). Var ska livsmedelsindustrin hitta 20 000 nya medarbetare? En rapport om framtidens kompetensbehov och dagens kompetensbrist i Sveriges tredje största industri. Tillgänglig Online:

<https://www.livsmedelsforetagen.se/app/uploads/2023/05/var-ska-livsmedelsindustrin-hitta-20000-nya-medarbetare-livsmedelsforetagen-kompetensrapport-maj-2023.pdf>

MUCF. (2025). Så tycker unga 2025 – arbete och utbildning. Tillgänglig Online:
<https://www.mucof.se/publikationer/sa-tycker-unga-2025-arbete-och-utbildning>

Prasetyaningrum, D. I., Ruminar, H., & Irwandi, P. (2022). The Perception and Interest of Career Choices in Agriculture : Case of Agroecotechnology and Agribusiness Students. *HABITAT*, 33(2), 186–200. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2022.033.2.19>

Rasmussen Analys & Konungens stiftelse Ungt ledarskap. (2025). Ungdomsfokusrapporten 2025. Tillgänglig Online:
<https://www.ungtledarskap.se/media/Ungdomsfokus%202025.pdf>

Ryan, M. (2023), "Labour and skills shortages in the agro-food sector", OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 189, OECD Publishing. Tillgänglig online:
<https://doi.org/10.1787/ed758aab-en>

Sloan, K. (2024). The greater the challenge, the more diverse the community must be to solve it – the case of the agri-food system. *International Journal of Food Science and Technology*, 59(9), 6693–6697. <https://doi.org/10.1111/ijfs.17169>

Speth, C., Ramirez, S., Ibach, R., Lee, D., Sandall, L., Mamo, M., Keshwani, J., Lambe, D., Matkin, G., & Schacht, W. (2023). Measuring change within next-generation agricultural and natural resources professionals. *Natural Sciences Education*, 52, e20133. <https://doi.org/10.1002/nse2.20133>

Stevenson, C. D., Alberts, C. M., & Johnston, L. M. (2014). Perceptions of Food Safety Careers among High School and Community College Students in Rural North Carolina. *NACTA Journal*, 58(3), 208–213.
<http://www.jstor.org/stable/nactajournal.58.3.208>

Tillväxtverket. (2022). Attraktiv och jämställd livsmedelssektor. Rapport 0399. Tillgänglig Online:
<https://tillvaxtverket.se/download/18.6855bfcf184896002ffc3a/1668765901257/Attraktiv%20och%20j%C3%A4mst%C3%A4lld%20livsmedelssektor.pdf>

Tillväxtverket. (2023). Kompetens i livsmedelssektorn – En analys med fokus på mångfald och regioner. Rapport 0457. Tillgänglig Online:
[https://tillvaxtverket.se/download/18.76ae8c8c18b84ed48693a888/1699287143837/Kompetens%20i%20livsmedelssektorn%20\(1\).pdf](https://tillvaxtverket.se/download/18.76ae8c8c18b84ed48693a888/1699287143837/Kompetens%20i%20livsmedelssektorn%20(1).pdf)

Tillväxtverket. (2024). Livsmedelssektorns kompetensförsörjning – en syntesrapport. Tillgänglig Online:
https://tillvaxtverket.se/download/18.3469032218e5fb1783c18395/1712133948926/livsmedelssektorns_kompetensforsorjning_en%20syntesrapport.pdf

Tillväxtverket. (2021a). Statistik om kompetensförsörjningen i livsmedelssektorn.

Rapport 0361. Tillgänglig Online:

<https://tillvaxtverket.se/download/18.6855bfcf184896002ffc0f/1668765883607/Statistik%20om%20kompetensf%C3%B6rs%C3%B6rjningen%20i%20livsmedelssektorn.pdf>

Tillväxtverket. (2021b). Utbildningsvägar och kompetensbehov i livsmedelssektorn.

Rapport 0360. Tillgänglig Online:

<https://tillvaxtverket.se/download/18.6855bfcf184896002ffc27/1668765893787/Utbildningsv%C3%A4gar%20och%20kompetensbehov%20i%20livsmedelssektorn.pdf>

Yami, M., Feleke, S., Abdoulaye, T., Alene, A. D., Bamba, Z., & Manyong, V. (2019). African Rural Youth Engagement in Agribusiness: Achievements, Limitations, and Lessons. *Sustainability*, 11(1), 185. <https://doi.org/10.3390/su11010185>