

UDDANNET MEN IKKE ANERKENDT?

En undersøgelse af professionalism i
hospitality- og turismebranchen

Artiklen undersøger, hvordan studerende og elever på hospitality- og turismeuddannelser oplever anerkendelsen af deres professionalism, og diskuterer, hvilken betydning dette har for rekruttering og fastholdelse i branchen. Med udgangspunkt i kvalitative fokusgruppintervjuer og spørgeskemadata fra Nordjylland viser analysen, at de studerende og elever udviser karriereengagement og søger meningsfulde jobs. Samtidig peger resultaterne på et mismatch mellem de kompetencer, branchen efterspørger, og anerkendelsen af formelle kvalifikationer, som ofte nedprioriteres til fordel for praktisk erfaring. Manglende anerkendelse påvirker den faglige stolthed og kan udgøre en barriere for at vælge en brancherelevant uddannelse. Artiklen konkluderer, at øget anerkendelse af uddannede medarbejdere er afgørende for at styrke branchens attraktivitet. Virksomheder, der ikke prioriterer dette, risikerer at blive fravalgt af fremtidens kvalificerede medarbejdere og har ringere muligheder for at fastholde professionel arbejdskraft.

FORFATTER

Anna Hammershøj, Lektor, Cand. mag, International Hospitality Management, UCN

INDLEDNING

Hvorfor tager man en uddannelse? I sin klassiske bog *The Affluent Society* skriver J.K. Galbraith, at uddannelse i "rige samfund" er adgangsbilletten til tilfredsstillende og meningsfulde jobs. Denne type jobs handler ikke kun om løn, men også om prestige, som omfatter respekt og anerkendelse fra andre (Galbraith, 1969, s. 274–275). I Danmark er hospitality- og

turismebranchen en betydelig erhvervssektor. I 2024 udgjorde turismeforbruget i Danmark 168,5 mia. og skabte samtidig omkring 149.000 arbejdspladser, svarende til knap 4 % af den samlede beskæftigelse (VisitDenmark, 2025). Samtidig oplever hospitality- og turismebranchen bl.a. i Danmark udfordringer med både rekruttering og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft (HORESTA 2025; 2026a; 2026c).

En del af forklaringen på disse udfordringer kan være knyttet til spørgsmålet om anerkendelse af de professionelle kompetencer, som arbejdet i branchen kræver. Denne artikel tager udgangspunkt i spændingsfeltet mellem

uddannelse, professionalism og anerkendelse. Artiklen undersøger følgende problemstilling: Hvordan oplever studerende og elever inden for hospitality- og turismeuddannelser anerkendelsen af deres professionalism, og hvad betyder det for rekruttering og fastholdelse af arbejdskraft i hospitality- og turismebranchen?

METODE

Data til denne artikel stammer hovedsageligt fra Erasmus+-projektet Keen & New in Tourism 2024. I forbindelse med projektet blev der i efteråret 2024 gennemført dybdegående semistrukturerede fokusgruppintervjuer med studerende

og elever fra flere hospitality- og turismerelaterede uddannelser i Nordjylland i Danmark, Gudbrandsdalsregionen i Norge og på Åland i Finland. Derudover blev der i foråret 2025 distribueret spørgeskemaer til hospitality- og turismevirksomheder i de tre regioner.

Til denne artikel anvendes udelukkende data fra Nordjylland. Som kvalitative data indgår seks fokusgruppelinterviews med 34 studerende og elever fra relevante erhvervs- og akademiske uddannelser på Tech College Aalborg og Professionshøjskolen UCN (se Tabel 1). Fokusgruppedeltagerne fordelte sig på 25 kvinder og ni mænd. Deres gennemsnitsalder var 26,3 år og spændte fra 18 til 47 år. Det er vigtigt for resultaterne, at alle fokusgruppelinformanter havde erfaring fra turisme- og hospitalitybranchen gennem studiejobs, praktikophold og på lærepladserne. Dette gør deres bidrag som informanter særligt værdifulde. Fokusgruppelinterviewene blev optaget via Microsoft Teams, transskriberet, kodet og analyseret ved hjælp af tematisk analyse (Braun & Clarke, 2006; 2021).

Under dataindsamlingen til projektet modtog vi desuden 63 brugbare kvantitative spørgeskemabesvarelser fra nordjyske virksomheder, herunder 22 fra restaurationsbranchen, 34 fra overnatningssektoren og 17 fra event- og turismesektoren (rejsebureauer, destinationsselskaber, turistattraktioner og eventselskaber). Disse data anvendes også i denne artikel for at belyse virksomhedernes perspektiv på den viden og de kompetencer, de efterspørger, samt betydningen og belønningen af medarbejdernes formelle kvalifikationer. Disse data bruges som supplement til de kvalitative data.

For yderligere at styrke datakvaliteten i artiklen blev der desuden inddraget data fra Danmarks Statistik samt 63 aktuelle hospitality- og turismerelaterede jobannoncer indsamlet fra platformene JOMP, Jobindex, Hospitunity og LinkedIn i april 2026 med henblik på at analysere virksomhedernes forventninger til potentielle jobkandidaters professionelle karakteristika. Vi frasorterede jobs, som ikke krævede professionelle

kvalifikationer (f.eks. medarbejdere til iskiosker), og fokuserede i stedet på relevante stillinger som tjener, kok, receptionist samt leder- og supervisorstillinger.

TEORI

Arbejde er en vigtig del af vores selvopfattelse. Hvor vi arbejder, hvem vi arbejder sammen med, og hvordan vi selv oplever vores job eller vores plads i samfundet, har betydning for vores beslutning om at søge eller forlade et job (Brien et al., 2017). Når medarbejdere er interesserede i langsigtede karrieremuligheder, siges de at have karriereengagement (*career commitment*) (Gebbs et al., 2019).

Der findes en positiv sammenhæng mellem uddannelse, jobstatus og karriereengagement. Bedre uddannede medarbejdere er mere interesserede i deres karriereudvikling, hvilket resulterer i højere karriereengagement (Gebbs et al., 2019). Uddannede og højt kvalificerede medarbejdere betragter i højere grad ikke et job som midlertidig beskæftigelse, men som en karrieremulighed. Vi ved også, at

Tabel 1: Oversigt over fokusgruppelinformanter

Deltagere i fokusgruppelinterviews	Antal	Forkortelse
International Hospitality Management studerende (professionsbacheloruddannelse), UCN	5	IHM
Service- og Oplevelsesøkonom studerende (erhvervsakademiuddannelse), UCN	3	SØK
Tidligere Service- og Oplevelsesøkonom studerende, UCN	5	TSØK
Gastronom elever, Tech College Aalborg	5	KOK
(Hotel) receptionist elever, Tech College Aalborg	8	REC
Tjenerelever, Tech College Aalborg	8	TJE

fuldtidsmedarbejdere er mere loyale end deltidsmedarbejdere (Brien et al., 2017) og derfor nemmere at fastholde. Personer, som tager en uddannelse, er som regel drevet af ønsket om at opnå mere viden og flere kvalifikationer inden for et bestemt område; de stræber efter at opnå professionalisme inden for feltet (Hussey et al., 2010).

Professionalisme er et komplekst begreb med flere elementer (Gebbels et al., 2019) og kan forstås forskelligt fra branche til branche (Evetts, 2011; Cockburn-Wootten, 2012). Hospitality- og turismebranchen har en række særlige karakteristika. For det første er den arbejdskraftintensiv, da medarbejdere spiller en afgørende rolle i leveringen af en ensartet og pålidelig serviceoplevelse (Mooney & Baum, 2019). For det andet betragtes den ofte som en lavkompetencebranche, kendetegnet ved sæson- og deltidsarbejde samt en høj medarbejderomsætning (Dagland et al., 2015; Baum, 2019). For det tredje tilbyder den jobs, som er vanskelige, hvis ikke umulige, at outsource (Walmsley et al., 2020). Disse jobs er forankrede i lokale steder.

At være professionel indebærer status, belønning og offentlig anerkendelse (Helsby, 1996 citeret i Gebbels et al., 2019, s. 218–219). Tidligere forskning identificerer følgende professionelle træk inden for hospitality- og turismebranchen: passion for og engagement i branchen eller feltet; faglig viden og kompetencer; fokus på servicekvalitet; professionel etik og identitet; samt feedback og anerkendelse (Hussey et al., 2010; Cheng & Wang, 2015; Prangkam et al., 2026). Ifølge Cockburn-Wootten (2012) bør professionalisme desuden også indebære meningsfuldt og værdigt arbejde. Meningsfuldt arbejde er blevet defineret som "udfordrende arbejde, som er vigtigt og gør en forskel i andres liv" (Cockburn-Wootten, 2012, s. 222). Oplevelsen af, at ens arbejde er

meningsfuldt, bidrager til trivsel og tilfredshed i jobbet og på arbejdspladsen, hvilket omsættes til engagement, loyalitet og dedikation (Brien et al., 2017). Værdigt eller anstændigt arbejde er også et af FN's 17 verdensmål (UNDP 2026).

RESULTATER

De 63 aktuelle jobopslag inden for hospitality og turisme, som vi har analyseret, appellerer til

ansøgernes professionalisme (se Tabel 2). Når vi ser på frekvensen af forskellige elementer af professionalisme, som beskrevet i det forrige afsnit, er det klart, at gæsteoplevelser er centrale i de fleste jobopslag, mens fokus på servicekvaliteten, faglig viden og kompetencer, engagement og passion fremstår som efterspurgte karakteristika og vigtige elementer i jobbet.

Tabel 2: Elementer af professionalisme i de analyserede jobopslag

Karakteristika af professionalisme	Antal gange nævnt i jobopslagene
Oplevelse (at give den bedste oplevelse, god gæsteoplevelse, harmonisk oplevelse, madoplevelse osv.)	60
Kvalitet (f.eks., kvalitetsbevidst, fokus på høj kvalitet)	60
Faglighed eller faglig(t) (f.eks., faglig udvikling, stolthed, faglighed, miljø, sparring)	29
Engageret/ engagement	28
Passion/ passioneret (passion for service, passion for hospitality, passion for mad/ gastronomi)	20

I de følgende afsnit præsenterer vi vores resultater opdelt efter forskellige elementer af professionalism, som defineret i teori afsnittet.

Faglig viden og kompetencer

Vores spørgeskema viser, at nordjyske hospitality- og turismevirksomheder efterspørger en bred vifte af medarbejderkompetencer for at sikre virksomhedens nuværende og fremtidige succes. De mest efterspurgte kompetencer er præsenteret i Tabel 3.

Samtidig var kun 60 % af virksomhederne delvist eller helt enige i, at det er værdifuldt for virksomheden at have medarbejdere med formel uddannelse. Dette peger på et mismatch mellem efterspurgte kompetencer og anerkendelsen af værdien af formelle uddannelser. I de 63 udvalgte jobopslag, vi har analyseret, nævner kun 19 opslag (under 30 %) formelle kvalifikationer som et krav. Heraf relaterer otte sig

Tabel 3: Fem mest efterspurgte kompetencer i spørgeskemaundersøgelsen (nordjyske virksomheder).

Mest efterspurgte kompetencer	Antal gange nævnt
Kundeservice og -interaktion (reception, gæsterelationer, tjenere mv.)	52
Kommunikationsfærdigheder og andre sociale kompetencer	39
Ledelse og den daglige driftsstyring	36
Madlavning, tilberedning, udvikling af menuer osv.	34
Kulturforståelse	26

til gastronomi, to til reception, tre til tjenerfunktionen og fire til leder- eller supervisorstillinger. To opslag angiver desuden, at formelle kvalifikationer ikke er et krav, men blot en fordel. Kun ét opslag nævner specifikt serviceøkonomuddannelsen eller en bachelor i hotel- eller turismemanagement (se Tabel 4).

Til gengæld efterspørger næsten alle jobopslagene (60 ud af 63) erfaring fra branchen eller en lignende rolle, hvilket kan indikere, at praktisk erfaring foretrækkes frem for formelle kvalifikationer.

Tech College-elever (receptionister, tjenere og gastronomer) er ikke i tvivl om, at de gennem deres

Tabel 4: Formelle kvalifikationer efterspurgte i jobopslagene

Antal stillinger, som nævner formelle kvalifikationer (19 ude af 63)	Stilling	Formelle kvalifikationer
6	Kok	Faglært/ færdiguddannet kok
1	Dessertkok	Uddannet konditor
1	Kok/ bager	Uddannet kok eller bager
1	Receptionist	Uddannet receptionist eller Serviceøkonom
1	Receptionist	En relevant uddannelse en fordel, ikke krav
1	Tjener	Faguddannet tjener eller har praktisk erfaring
2	Tjener	Udlært tjener
1	Tjener supervisor	Udlært tjener
1	Restaurantchef for Event, Selskaber & Konferencer	Faguddannelse som tjener
2	Kokkenchef	Faglært kok
1	Front office supervisor	High School Diploma or Professional Course adapted to the role (preferred). Bachelor's or Degree in Hotel or Tourism Management (preferred)
1	Teamleader Bistro	En relevant uddannelse en fordel, ikke krav

uddannelsesforløb opnår faglig viden og relevante kompetencer til at udføre deres respektive jobs. Udover fagspecifikke kompetencer som madtilberedning nævner de viden om mad, vin og lokale attraktioner samt kompetencer inden for kommunikation, kundedadfærd og kunde psykologi som nødvendige for deres respektive erhvervsfunktioner.

Studerende inden for UCNs Service- og Oplevelsesøkonom (SØK) og International Hospitality Management (IHM) er mere tøvende om deres specifikke kompetencesæt og kan være lidt i tvivl om, "hvad de har med i bagagen", grundet deres mere generelle akademiske uddannelser. De mener dog, at uddannelsen har givet dem en forståelse for flere karrieremuligheder inden for branchen. De ser stor værdi i kombinationen af teoretisk forståelse og praktiske erfaringer, som skaber en synergieffekt: Egne praktiske erfaringer hjælper dem med at forstå og "validere" teorier og modeller, som de lærer på uddannelsen, mens den teoretiske viden andre gange spiller en meningsskabende rolle i forståelsen af praksis.

Professionel identitet, passion og engagement

De fleste fokusgruppedeltagere udviser passion for og engagement i deres respektive fag og branchen. De er drevet af lysten til at arbejde med mennesker, have daglig gæstekontakt og skabe oplevelser for gæsterne.

"Vi er hospitality-mennesker, vi tænker på service, vi vil føre oplevelser ud i livet."

(SØK 2)

"Jeg elsker den magi, som opstår i køkkenet: det der kontrollerede kaos."

(KOK 7)

Vores informanter fortæller om forskellige veje ind i branchen og deres respektive uddannelser. For mange var oplevelser i barndommen, såsom at lave mad sammen med forældre eller bedsteforældre eller at have familiemedlemmer ansat i branchen, den afgørende faktor for at søge ind i branchen og på uddannelsen. Flere siger således, at de er "vokset op i branchen". Andre blev inspireret af deres ungdomsjob, f.eks.:

"Jeg startede i branchen som 13-årig som opvasker. Man følte, at man var ligeværdig med dem, man snakkede med. Og havde noget socialt sammen og fælles interesser."

(IHM 2)

"Jeg har arbejdet rigtig meget med både service og turisme efter gymnasiet. Det fik mig til at reflektere over, hvordan man kan gøre det bedre for (internationale turister) at komme her. Det har været med til at skubbe mig til at studere."

(IHM 1)

Flere informanter fra forskellige uddannelser fortæller også, at de startede på uddannelsen "tilfældigt", men blev inspireret af studiet, studiemiljøet og eksponeringen af branchen. Vores fokusgruppedeltagere beskriver hospitality og turisme som en "positiv branche i spændende udvikling", hvor der er kommet mere respekt for gode råvarer og madlavning og plads til kvalitetsnischeprodukter og "nørderi". De fremhæver branchens alsidighed og de mange muligheder for dem, som ikke ønsker et "8 til 16-kontorjob". Desuden giver branchen mulighed for at interagere med gæster fra forskellige kulturelle baggrunde, arbejde med praktiske

opgaver, opbygge professionelle netværk samt udvikle sig personligt og professionelt.

"Du lærer bare også at arbejde på en anden måde, du lærer selv at være omstillingsparat, du lærer selv at håndtere kriser. Den her branche giver bare også meget til en personligt."

(TSØK 3)

"Jeg startede (i en kaffebarkæde), før jeg var 18 og har faktisk en stilling nu, der hedder Masterbarista. Der er kun to af dem i Aalborg."

(TSØK 1)

Muligheder for faglig og personlig udvikling afspejles også i de analyserede jobopslag. Tre stillingsopslag ud af 63 understreger mulighederne for at øge fagligheden gennem oplæring i jobbet, og flere andre reklamerer med muligheder for faglig udvikling.

"Du vil blive lært op gennem vores strukturerede træningsprogrammer og kurser. Har du lysten og evnerne til mere, er der rig mulighed for videre træning og uddannelse."

(JOB 50)

"Hos (os) er der mange, der er startet i din stilling og derefter er klatret op ad karrierestigen. Du vil få mulighed for at udvikle dig, lære nye ting og møde mennesker fra hele verden."

(JOB 63)

Feedback og anerkendelse

Feedback og anerkendelse fra gæsterne bidrager til fokusgruppedeltagernes professionelle udvikling og faglige stolthed.

“Det er virkelig fedt, når gæsten kommer op og siger Wow, det der var imponerende. Det er altid fedt.”

(KOK4)

“Det er altid rart at føle et sug i maven af at give nogen en oplevelse. Det er jeg enig i.”

(KOK6)

Der er delte holdninger til, hvorvidt gastronomifaget har opnået den anerkendelse, det fortjener. Kompetencespændet inden for kokkefaget er stort og rækker fra basale opgaver som at skrælle en gulerod til at være køkkenchef på en Michelin-restaurant. At blive udlært på en fine dining-restaurant og mestre sit fag er forbundet med anerkendelse og respekt.

Blandt tjenere og receptionister er der dog bred enighed om, at deres kompetencer ikke anerkendes tilstrækkeligt, hverken af gæsterne eller desværre af nogle af lederne på de arbejdspladser, de selv har været en del af.

“De fleste ser jo på tjeneren som en tallerkentaxa. Der er ikke så mange, der egentlig ved, hvad det vil sige at være tjener. Og hvad du egentlig skal gøre og skal vide som tjener.”

(TJE3)

“Det er min fornemmelse, at receptionen er nedprioriteret på et hotel, fordi der er mere fokus på restauranten eller på køkkenet. ‘Alle kan jo stå i receptionen’. Det har jeg hørt min direktør sige. Det er jo megaærgeligt.”

(REC6)

“Nogle af dem, der tror, at ‘alle kan servere’, er desværre cheferne. Fordi nogle chefer, de glemmer at sætte pris på kompetencerne.”

(TSØK4)

Således oplever de et mismatch mellem deres professionelle identitet på den ene side og omverdens anerkendelse på den anden. Dette kan være en af de store barrierer i at opsøge et erhverv. En tjenererelev (TJE7) konkluderer dystert:

“Der er ingen, der vokser op med en drøm om at være tjener”.

Fokusgruppedeltagere fra IHM, SØK og receptionistuddannelsen nævnte, at deres uddannelser ikke er særligt velkendte blandt venner og familie, og at de ofte må forklare, hvad de studerer, og hvilke kompetencer de har.

“Receptioniststudie er den hemmelige uddannelse, fordi der ikke er meget kendskab til den”.

(REC5)

“Jeg synes heller ikke, der er så stort fokus på receptionister i medierne. Nu vandt jeg DM i Skills, men der er 10 gange flere artikler om min kollega, som har vundet tjenercup.”

(REC7)

“Der er ikke nogen, der ved, hvad serviceøkonom er.”

(SØK2, SØK4)

“Min oplevelse er, at der ikke er særlig mange, der kender til den uddannelse.”

(IHM3)

Manglende viden om deres kompetencer blandt omgivelserne er frustrerende for de studerende og elever. De oplever også, at mange stillinger i branchen kan besættes uden formelle kvalifikationer. Det påvirker i høj grad deres professionelle identitet og faglige stolthed. Dette gælder ikke kun jobs som tjenere og receptionister, der ofte betragtes som “sommerjobs” eller “sabbatår jobs”, men også stillinger med ledelsesansvar.

“Hvis vi tager mit arbejde, så står min chef, han er butikschef, uden en uddannelse. Men når jeg så kommer med en uddannelse og kan søge samme stilling, så tror jeg, at hvorfor kan en, der ikke har en uddannelse, søge det samme, som jeg kan, når jeg har måske tre år på skole?”

(TSØK2)

Samtidig fortæller de, at f.eks. udlærte tjenere ofte får mere ansvar på arbejdspladsen, bl.a. for at oplære eller lede nye eller ufaglærte kolleger.

Manglende anerkendelse af kompetencer påvirker også de studerendes selvtillid i forhold til lønforhandling. Dette er særligt tydeligt blandt SØK- og IHM-studerende, som er usikre på, hvilke stillinger de kan søge, og hvilken løn de kan forvente. De peger på en generel uigennemsigthed i lønstrukturerne. Selv i mere regulerede fag, som kokkefaget, er der variationer, som skaber usikkerhed.

“Jeg tror, det kommer meget an på, hvilket sted og hvor god du er til at lave en form for afstemning... Jeg har hørt om mange, at hvis de kan forhandle en god løn, så kan de også få en god løn.”

(KOK6)

Vores informanter er opmærksomme på vigtigheden af en samlet lønpakke (med pension, tillæg osv.) og overenskomsten. I de 63 analyse-rede jobopslag nævner 21 løn, typisk med formuleringer som “løn efter kvalifikationer”, “god løn” eller “konkurrencedygtig løn”. Kun fem opslag nævner overenskomst.

Selvom økonomisk belønning ikke udgør den væsentligste drivkraft blandt fokusgruppedeltagerne, er de enige om, at lønningerne i

branchen “kunne være højere”. Opfattelsen af, at uddannelse og faglige kvalifikationer ikke afspejles i lønninger, bekræftes delvist af vores spørgeskemadata. Det er tankevækkende, at 75 % i vores spørgeskema svarede, at medarbejdere med formelle kvalifikationer får højere løn, mens 25 % svarede nej.

Statistikker bekræfter de relativt lave lønninger i branchen. Ifølge Danmarks Statistik i 2024 var “fortjeneste per præsteret time” i hotel- og restaurationsbranchen 253 kr. sammenlignet med 363 kr. i kategorien “kultur, fritid og øvrige service”, og med 393 kr. i erhvervsservice (Danmarks Statistik, 2026).

Meningsfulde og værdige jobs

Vores fokusgruppedeltageres praktiske erfaring har givet dem et realistisk billede af branchen.

Arbejdet “på gulvet” er ikke kun fysisk opslidende. Mange har også oplevet “svære” gæster, utydelig eller uengageret ledelse samt dårligt psykisk arbejdsmiljø, f.eks. en køkkenchef, der “råber og skriger”. Især køkkenelever deler flere dårlige oplevelser, f.eks.:

“Jeg har da haft arbejdsdage, hvor jeg er kommet hjem og begyndt at græde helt vildt. Du ved, når jeg er i det, det kan godt være, jeg kan sagtens tage alt den kritik, uanset om det var en hård tone. Det kan jeg sagtens tage, når jeg er i det. Men lige så snart jeg kommer hjem, så kan jeg godt mærke, nu kan jeg faktisk ikke holde det ud mere.”

(KOK 6)



Tjenerfaglærer Mai Seiberg med sine elever på Techcollege Aalborg. Billederne er taget af: Benjamin Jul og Knud Vassil fra Shadow Glass Atelier

Andre informanter deler også erfaringer om gode arbejdspladser, støttende kolleger og inspirerende ledere og demonstrerer dermed en nuanceret forståelse af, at der er stor variation i arbejdsvilkår og ledelsestilgange i branchen. Som nævnt tidligere er økonomisk belønning ikke deres største motivationsfaktor. I stedet efterspørger de værdige og meningsfulde jobs. Værdige jobs handler for dem om et positivt arbejdsmiljø, respekt, tillid fra ledelsen og lav medarbejderomsætning ("ikke en svingdørsarbejdsplads" (SØK1)).

Det at have et meningsfuldt arbejde kan betyde forskellige ting for forskellige individer. Vores informanter nævner eksempler som "et job, hvor jeg kan tage ansvar", "et job, hvor jeg kan inspirere og udvikle andre" og "at være en god vært". Fælles for disse beskrivelser er den personlige oplevelse af meningsfuldt indhold i arbejdet.

DISKUSSION

Det, at selv de yngste fokusgruppedeltagere havde brancheerfaring, er værdifuldt for relevansen og pålideligheden af deres refleksioner. Det store spænd i deres alder (19 til 47 år) afspejler princippet om livslang læring i den nordiske samfundsmodel (Walmsley, 2020). Det er positivt, at en karriere i hospitality- og turismebranchen appellerer til både yngre og ældre aldersgrupper i en situation, hvor branchen står over for betydelige rekrutteringsudfordringer.

Vores empiri bekræfter, at passion for og engagement i hospitality- og turismebranchen er en stor motivationsfaktor. Trods de relativt lave lønninger, som traditionelt kendetegner branchen, udviser de fleste karriereengagement (Gebbs et al., 2019), dvs. lyst til at opbygge en langvarig karriere i hospitality- og turismebranchen. Dette er bestemt ikke en selvfølge, da international forskning (for eksempel Lugosi & Jameson, 2017) har vist, at en stor andel af dimittender inden for

hospitality og turisme ikke har intentioner om at gøre karriere i branchen. Hospitality- og turismestuderendes karrierevalg påvirkes af både arbejdsforhold, karrieremuligheder og branchens omdømme (Gong & Jia, 2022). Hvis forventningerne til disse faktorer ikke bliver indfriet hos dimittender, fravælger eller forlader de branchen.

Ifølge Evetts (2011, s.409) er en fælles professionel identitet baseret på kompetencer, som er skabt gennem uddannelse, praktisk træning og socialisering. Uanset uddannelsesstype bekræfter vores fokusgruppedeltagere, at kombinationen af formel uddannelse og brancheerfaring danner deres viden, kompetencer og professionel identitet. Disse uddannede og engagerede individer er derfor en meget vigtig ressource for branchen, der er udfordret både i forhold til rekruttering og fastholdelse af medarbejdere. Desværre oplever de, at den viden og de kompetencer, de opnår gennem en formel uddannelse, kun i begrænset omfang efterspørges af branchen. I jobbeskrivelser bliver formelle kvalifikationer negligeret, både i stillinger "på gulvet" og i supervisor- og lederroller. Både studerende på akademiske uddannelser og elever på tjener- og receptionistuddannelser oplever manglende anerkendelse og respekt for deres kompetencer ikke kun fra lægmænd, men også på nogle arbejdspladser.

Enhver branche kræver, at medarbejdere er udstyret med en række egenskaber, såsom personlighedstræk og "bløde" kompetencer, for at kunne leve op til kravene i jobrollen (Gebbs et al., 2019). Vores spørgeskemaresultater fra nordjyske hospitality- og turismevirksomheder viser, at udover specifikke tekniske kompetencer, såsom madtilberedning, efterspørger virksomhederne "bløde" kompetencer som gæsteservice, kommunikation og kulturforståelse. Daglig ledelse og drift, som er en anden efterspurgt kompetence, kan ses som en kombination af

forretnings- og menneskeforståelse. Netop disse kompetencer opnår man på akademiske uddannelser som Service- og Oplevelsesøkonom og International Hospitality Management. Akademiske uddannelser nævnes dog kun to gange i de 63 jobopslag, vi har analyseret.

I 2003 skrev Hjalager, at nogle hospitality- og turismevirksomheder vægter sprogkundskaber og personlige kompetencer højere end specifikke faglige kvalifikationer. Samtidig har større virksomheder ofte egne uddannelsesprogrammer med fokus på virksomhedens værdier og ledelsesmetoder (Hjalager, 2003, s. 34). I praksis betyder det, at uddannelsesinstitutioner konkurrerer med branchens interne læringsakademier. Over 20 år senere ser vi stadig større virksomheder tilbyde egne uddannelses- og talentforløb (f.eks. Scandic Academy, Fårup Academy osv.). Gang på gang hører vi virksomheder sige: "Vi ansætter for personligheden; kompetencerne kan vi lære dem." Vores data viser to parallelle veje til professionalisme i branchen: gennem formelle uddannelser og gennem on-the-job-træning. Evidensen peger på, at praktisk erfaring i visse sammenhænge tillægges større betydning end formelle kvalifikationer.

I lyset af den fortsatte mangel på arbejdskraft er HORESTAs kommercielle direktør, Jeppe Møller-Herskind, for nylig kommet med udtalelsen om, at "der skal investeres i at gøre erhvervsuddannelserne mere attraktive" (HORESTA, 2026c). Vores empiri peger på, at både relevante uddannelser og branchen har behov for en "makeover", hvor flere paradokser og ubehagelige sandheder bør adresseres.

I 1969 skrev Gabrailth, at en uddannelse er vejen til tilfredsstillende og meningsfulde jobs. Nyere forskning konkluderer, at moderne uddannelser har et udtalt pragmatisk sigte, idet de blandt andet har til formål at ruste dimittender til arbejdsmarkedet (Lugosi & Jameson, 2017). Catrett (2018) opfordrer således til en dynamisk

tilgang til uddannelsesudvikling. Dette gælder både erhvervsuddannelser og mere generelle akademiske uddannelser.

For de akademiske uddannelser er dette særligt aktuelt i lyset af den kommende uddannelsesreform, som giver en unik mulighed for at revurdere, hvilke kompetencer vi udvikler hos studerende, og hvilke jobs vi forbereder dem til. Med hensyn til akademiske turismeuddannelser argumenterer Dredge (2017) for at træne generelle kompetencer frem for specialiseret viden, da den hurtige udvikling i postindustrielle samfund som Danmark skaber behov for nye, tidligere ukendte kompetencer. Hvis vi vælger at følge denne tilgang på akademiske uddannelser i fremtiden, skal den balanceres med indsatsen for at styrke de studerendes professionelle identitet og relation til branchen.

Vores empiri peger på begrænset anerkendelse af erhvervsuddannelser som receptionist og tjener, som eleverne beskriver som "hemmelige". Hospitality- og turismebranchen, særligt i de nordiske lande, har en række strukturelle udfordringer, herunder sæsonudsving, som medfører en fortsat afhængighed af ufaglært arbejdskraft (Walmsley et al., 2020). Mange virksomheder er tvunget til at ansætte ufaglærte i lyset af akut mangel på faglærte kandidater; andre gør det af pragmatiske eller økonomiske grunde. Vi har evidens fra Norge for, at anerkendelse af faglærtes merværdi kan styrke rekruttering og reducere medarbejderomsætning (Eben & Spetalen, 2020). Vores empiri bekræfter, at faglærte og uddannede professionelle har behov for anerkendelse af deres professionalisme, både i den måde, deres kompetencer bliver brugt og omtalt på, og i den belønning, de modtager.

Image af arbejdet i hospitality-branchen er en væsentlig faktor i forhold til at tiltrække og fastholde medarbejdere (Brien et al., 2017). I Danmark har branchen et blandet

image, hvilket vores fokusgruppedeltagere også diskuterer. Flere fokusgruppedeltagere peger på en positiv udvikling i branchen med øget fokus på kvalitetsoplevelser og respekt for god mad. De analyserede jobopslag lægger ligeledes vægt på gæsteoplevelser, høj servicekvalitet, faglighed og passion, mens en ny analyse fra HORESTA (2026b) fremhæver unikke oplevelser samt personalisering og brug af AI som centrale fremtids-tendenser. Disse udviklinger kræver nye kompetencer og øget professionalisme fra fremtidens arbejdskraft.

Især restaurationsbranchen har fået negativ medieomtale, bl.a. gennem DR-dokumentaren *Den bitre smag af Michelin* og den kritiske New York Times-artikel om Noma og René Redzepi (Moskin, 2026). Flere gastro-nomelever i fokusgruppen fortæller også om en dårlig tone på arbejdspladserne og udfordrende arbejdsmiljøer. Det forpligter erhvervsuddannelserne til at fokusere på dette emne: Elever skal kende deres rettigheder og skal kunne sige fra hvis nødvendigt. Professionel etik er nemlig et vigtigt element i professionalisme (Cheng & Wang, 2015; Prangkam et al., 2026).

Dette hænger uløseligt sammen med ønsket om værdigt og meningsfuldt arbejde blandt de elever og studerende, vi har interviewet. Dette er et vigtigt element af professionalisme (Cockburn-Wooten, 2012). Oplevelsen af, at ens job er meningsfuldt, har en positiv sammenhæng med selvværd, trivsel og engagement, hvilket fører til loyalitet og dedikation (Brien et al., 2017). Virksomheder har derfor et ansvar for ikke kun at tilbyde en fair og gennemsigtig lønpakke, men også for at skabe arbejdspladser præget af respekt og anerkendelse, hvilket kræver en strategisk investering i ledelse og organisationskultur. De virksomheder, der ikke prioriterer dette, risikerer at blive fravalgt af fremtidens kvalificerede medarbejdere og har ringere chancer for at fastholde professionel arbejdskraft.

KONKLUSION

Analysen viser et mismatch mellem den professionalisme, som efterspørges i hospitality- og turismebranchen, og den begrænsede anerkendelse af formelle, uddannelsesbaserede kompetencer i praksis. Virksomheder prioriterer ofte praktisk erfaring frem for formel uddannelse. Dette kan udfordre både rekruttering og fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft.

Studerende og elever, vi har talt med, udviser karriereengagement og efterspørger meningsfulde karriereforløb. Analysen peger på behovet for større anerkendelse og bedre udnyttelse af faglærte og uddannelsesbaserede kompetencer. Samtidig bør uddannelsesinstitutioner sikre sammenhæng mellem uddannelsesindhold og arbejdsmarkedets behov. Fremtidens hospitality- og turismevirksomheder afhænger i høj grad af deres evne til at skabe attraktive arbejdsmiljøer, hvor både faglige og menneskelige kompetencer værdsættes.

PERSPEKTIVERENDE OVERVEJELSER OG KRITISK REFLEKSION

Vores data har visse begrænsninger, herunder et mindre antal spørgeskemasvar og mulige alternative rekrutteringskanaler, som ikke er inkluderet. Samlet set vurderer vi dog, at empirien giver et solidt grundlag for at belyse problemstillingen og understøtter en relevant diskussion om professionalismen i branchen og dens anerkendelse.

Jeg vil gerne takke mine kolleger fra Erasmus+-projektet Keen & New in Tourism 2024, Luigi D'Ambrosio, Lene Sørbråten og Sofie Norrlund, for et godt samarbejde i forbindelse med undersøgelsesdesign og indsamlingen af empiri.

Litteraturliste

- Baum, T. (2019). Does the hospitality industry need or deserve talent? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(10), 3823–3837.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77–101.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis?. *Qualitative research in psychology*, 18(3), 328–352.
- Brien, A., Thomas, N. J., & Brown, E. A. (2017). How hotel employee job-identity impacts the hotel industry: The uncomfortable truth. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 235–243.
- Catrett, J.B. (2018). Hospitality Education: A Third Paradigm. I Oskam, J.A., Dekker, D.M., Wiegerink, K.(red.). *Innovation in Hospitality Education. Innovation and Change in Professional Education*, vo. 14. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-61379-6_2
- Cheng, S. and Wong, A. (2015). 'Professionalism: A contemporary interpretation in hospitality industry context'. *International Journal of Hospitality Management*, 50 (1), 122–33.
- Cockburn-Wooten, C. (2012). 'Critically unpacking professionalism in hospitality: Knowledge, meaningful work and dignity'. *Hospitality & Society*, 2(2), 215–30.
- Dagsland, Å. H. B., Mykletun, R.J. & Einarsen, S. (2015). "We're not slaves – we are actually the future!" A follow-up study of apprentices' experiences in the Norwegian hospitality industry, *Journal of Vocational Education & Training*, 67(4), 460–481, DOI: 10.1080/13636820.2015.1086411.
- Danmarks Statistik (2026). [Statistik] Fortjeneste pr. præsteret time efter lønkomponenter, køn, branche (DB07), tid og alder. <https://www.statistikbanken.dk/SBLON1>
- Dredge, D. (2016). Of things to come: Tourism and hospitality education in a post-industrial age. *Turističko poslovanje*, 17, 19–23.
- Eben, B., & Spetalen, H. (2020). Nye læreplaner i uddannelsesprogrammet restaurant- og matfag-Kompetanse for fremtiden? *Scandinavian Journal of Vocations in Development*, 5 (1), 71–88.
- Evetts, J. (2011). A new professionalism? Challenges and opportunities. *Current sociology*, 59(4), 406–422.
- Gabrailth, J.K. (1969) *The Affluent Society*, 2. udgave, Penguin books.
- Gebbels, M., Pantelidis, I. S., & Goss-Turner, S. (2019). Towards a personology of a hospitality professional. *Hospitality & Society*, 9 (2), 215–236.
- Gong, Z., & Jia, Z. (2022). A Systematic Review of hospitality and tourism management students' career intentions. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31, 100381, 1–9.
- Hjalager, A. M. (2003). Global tourism careers? Opportunities and dilemmas facing higher education in tourism. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2(2), 26–37.
- HORESTA (2025). Færre forgæves rekrutteringer er godt nyt - men stadig regionale udfordringer. <https://www.horesta.dk/nyheder/2025/juli/faerre-forgaeves-rekrutteringer-er-godt-nyt-men-stadig-regionale-udfordringer/>
- HORESTA (2026a). Hver tredje rekruttering i hotel- og restaurationsbranchen er fortsat forgæves. <https://www.horesta.dk/nyheder/2026/januar/hver-tredje-rekruttering-i-hotel-og-restaurationsbranchen-er-fortsat-forgaeves/>
- HORESTA (2026b). Restaurantbranchen: Personalisering, AI og høj kvalitet vil forme de kommende år. https://www.horesta.dk/nyheder/2026/april/restaurantbranchen-personalisering-ai-og-hoj-kvalitet-vil-forme-de-kommende-aar/?utm_campaign=unspecified&utm_content=unspecified&utm_medium=email&utm_source=apsis-anp-3
- HORESTA (2026c). Mangel på arbejdskraft kræver både kort-og langsigtede løsninger. <https://www.horesta.dk/nyheder/2023/maj/horesta-mangel-paa-arbejdskraft-kraver-baade-kort-og-langsigtede-loesninger/>
- Hussey, J., Holden, M. T. & Lynch, P. (2010). Defining professionalism in the tourism context. *Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference (THRIC)*, 1-17 [paperpræsentation].
- Lugosi, P. & Jameson, S. (2017). Challenges in Hospitality Management Education: Perspectives from the United Kingdom. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 163–172.
- Mooney, S., & Baum, T. (2019). A sustainable hospitality and tourism workforce research agenda: Exploring the past to create a vision for the future. I Sharpley, R. og Harrison, D. (red.) *A research agenda for tourism and development* (189–205). Edward Elgar Publishing.
- Moskin, J. (2026, 7.marts). Punching, Slamming, Screaming: A Chef's Past Abuse Haunts Noma, the World's Top-Rated Restaurant, *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2026/03/07/dining/rene-redzepi-noma-abuse-allegations.html>
- Prangkam, P., Lockstone-Binney, L., Fraser, B., & Barry, S. (2026). Exploring professional identity formation in hospitality: A managerial perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 66, Artikel 101382, 1–9.
- UNDP (2026) FN's verdensmål for bæredygtig udvikling. <https://www.verdensmaalene.dk/de-17-verdensmaal>
- VisitDenmark (2025). *Turismen i Danmark 2025*. <https://www.visitdenmark.com/files/visitdenmark.com/2025-08/Turismen%20i%20Danmark%202025.pdf>
- Walmsley, A., Åberg, K., Blinnikka, P. & Jóhannesson, G. (2020). *Tourism Employment in Nordic Countries: Trends, Practices and Opportunities*. Palgrave Macmillan.