

Pressmeddelande 20260527

Ny rapport: Svenska företag missar unga i utsatta områden – trots rekordstort kompetensbehov

Svenskt näringsliv står inför ett växande kompetensgap, samtidigt förbises en av landets största framtida rekryteringsbaser. Det visar en ny rapport från Järvaveckan Research i samarbete med Forum för innanförskap och Axel Johnson.

Rapporten, baserad på en Novusundersökning bland över 500 svenska företag, visar att endast 23 procent ser unga från utsatta områden som en relevant källa för sin framtida kompetensförsörjning. Samtidigt visar rapporten att en majoritet av företagen ännu inte har diskuterat frågan tillräckligt för att kunna ta ställning.

Detta trots att närmare 250 000 barn och unga växer upp i områden med stora socioekonomiska utmaningar, en grupp som i hög grad kommer att utgöra framtidens arbetskraft.

Samtidigt uppger 87 procent av företagen att de arbetar med mångfald och inkludering generellt, men bara 14 procent har konkreta insatser riktade till unga i utsatta områden.

Stor kompetenspotential – svag koppling till företagets rekrytering

Rapporten visar ett tydligt gap mellan företagets ambitioner och deras faktiska arbete. 61 procent uppger att de arbetar aktivt med att bredda kandidatbasen vid rekrytering men endast 13 procent arbetar aktivt för att nå unga i utsatta områden.

Resultatet blir att en betydande framtida arbetskraft står långt från näringslivets rekryteringskanaler.

– Sverige diskuterar ofta utanförskap som ett samhällsproblem. Men vår rapport visar att det också är en affärsfråga. När företag uppger att de har svårt att rekrytera samtidigt som stora grupper unga aldrig får en första kontakt med arbetslivet uppstår ett strukturellt slöseri med kompetens och potential, säger Ahmed Abdirahman, vd och grundare av Stiftelsen Järvaveckan.

Kunskapsbrist bromsar affärsmöjligheter

Enligt rapporten handlar det främst inte om bristande vilja, utan om brist på struktur, kunskap och tydlig affärskoppling.

- 56 % uppger låg kunskap om målgruppen
- endast 15 % ser ett långsiktigt, affärsstrategiskt värde i att jobba med unga från utsatta områden
- 39 % ser inte en tydlig koppling till deras kärnverksamhet (eller affärsnytta)

Samtidigt uppger 32 procent att de skulle kunna göra mer om det fanns etablerade modeller och fungerande samarbeten.

-Vi behöver fler företag som investerar i insatser som öppnar dörrar till arbete, utbildning och långsiktig inkludering. Att fler unga från utanförskapsområden får vägar in i arbetslivet är viktigt – för individerna, för företagets framtida kompetensförsörjning och i förlängningen för en starkare samhällsgemenskap, säger Nasim Khosravi, verksamhetschef för Axelerate inom Axel Johnson

Om rapporten *Näringslivet & Inkludering 2026: Företagens engagemang för unga i utsatta områden*

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Stiftelsen Järvaveckan i samarbete med Forum för innanförskap och Axel Johnson. Syftet är att undersöka hur svenska företag arbetar med samhällsansvar och social hållbarhet, med särskilt fokus på deras syn på unga i utsatta områden som framtida kompetensresurs.

För mer information

Ahmed Abdirahman
VD och grundare, Stiftelsen Järvaveckan
Ahmed.Abdirahman@jarvaveckan.se
073-907 75 09

Yasmina Backström
Projektledare Axelerate, Axel Johnson
yasmina.backstrom@axeljohnson.se
076-133 80 22