



GÖTEBORGS UNIVERSITET

TALANGATTRAKTION I MÖTET MELLAN HR OCH PLATS

Internationella talangers erfarenheter av
arbete och vardagsliv i Göteborg

EMMA BJÖRNER

Centrum för Global HRM



TALANGATTRAKTION I MÖTET MELLAN HR OCH PLATS

CENTRUM FÖR GLOBAL HRM

www.gu.se/global-hrm

Författare: Emma Björner
Grafisk form: Julia Strandberg
Alla illustrationer framtagna med AI av Julia Strandberg
Copyright: Centrum för Global HRM

Maj 2026

Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	5
2. Förord	7
3. Inledning	8
4. Centrala begrepp och förklaringar	11
5. Hur arbetsgivare och platser tillsammans skapar attraktionskraft	14
<i>Talang – ett användbart, men inte helt okomplicerat begrepp</i>	14
<i>Employer branding och övergången till employer ability</i>	14
<i>HRM:s roll i attraktionsförmågan</i>	15
<i>Place branding som mer än marknadsföring</i>	15
<i>Att hålla ihop hela kedjan</i>	16
<i>Utmaningar och spänningar</i>	16
<i>Talangattraktion som system</i>	16
<i>Faktaruta: Talangattraktion för platser – fyra centrala delar</i>	17
6. Internationella talangers upplevelser av arbetsgivare i Göteborg	19
<i>Onboarding som skapar trygghet och fart</i>	20
<i>Meningsfulla uppdrag och tydlighet i arbete och förväntningar</i>	20
<i>Lärande, intern rörlighet och utvecklingsvägar</i>	20
<i>Språk, kommunikation och tillgänglighet i vardagen</i>	21
<i>Social etablering: där arbetsgivare ofta saknar strukturer</i>	21
<i>Samlade utmaningar där friktionen uppstår</i>	21
<i>Syntes: Var arbetsgivarnas attraktionskraft faktiskt uppstår</i>	22

7. Talangers upplevelser av platsen Göteborg	24
<i>Förväntningar innan man flyttade till Göteborg.....</i>	<i>24</i>
<i>Startfönstret 3–6 månader.....</i>	<i>24</i>
<i>Vardag i lagom skala: närhet, natur och balans</i>	<i>25</i>
<i>Medföljande partner: den ofta avgörande faktorn</i>	<i>26</i>
<i>Skolgångens betydelse för etableringen</i>	<i>26</i>
<i>Arbetsmarknadsnärhet och ”andra jobbet”</i>	<i>27</i>
<i>Tillhörighet, språk och samklang med platsen</i>	<i>27</i>
<i>Kultur som vardagens infrastruktur för tillhörighet</i>	<i>28</i>
<i>Trygghet och berättelsen om platsen</i>	<i>28</i>
<i>Mobilitet och stadsomvandling i vardagen</i>	<i>28</i>
<i>Syntes: Var uppstår beslutet att stanna?</i>	<i>29</i>
8. Samspel mellan aktörer i talangers etableringsprocess.....	31
<i>Varför mötet mellan systemen är avgörande.....</i>	<i>31</i>
<i>Aktörer som bidrar i etableringsprocessen olika faser</i>	<i>31</i>
<i>Varför det brister och var gränssnittsglappen uppstår</i>	<i>31</i>
<i>Employer ability i praktiken: från löfte till leverans i vardagen.....</i>	<i>32</i>
<i>När arbetsgivarens erbjudande blir del av platsens berättelse</i>	<i>33</i>
<i>Kedjelogik enligt TAM och hur kedjan hålls samman i en region.....</i>	<i>34</i>
<i>Lärdomar från internationella exempel</i>	<i>34</i>
9. Avslutande diskussion: en helhetslogik för talangattraktion	36
<i>Var attraktivitet faktiskt skapas</i>	<i>36</i>
<i>Employer ability och employer place branding behöver varandra</i>	<i>36</i>
<i>Friktionspunkterna är kända – och kollektiva</i>	<i>36</i>
<i>Ett system som förstärker både arbete och liv.....</i>	<i>36</i>
<i>Små och stora städer: samma mekanismer, olika bärformåga.....</i>	<i>37</i>
<i>Mätning som styrning.....</i>	<i>37</i>
<i>Från insikt till riktning: mot en sammanhållen talanglogik.....</i>	<i>37</i>

10. Rekommendationer	40
<i>Rekommendationer för arbetsgivare</i>	40
<i>Rekommendationer för städer och regioner</i>	41
<i>Mindre städer</i>	41
<i>Medelstora städer</i>	41
<i>Större städer</i>	41
<i>Rekommendationer för samarbetet mellan HR och place branding</i>	41
<i>Rekommendationer för nationell nivå</i>	42
11. Källor	44

1. Sammanfattning

Syfte och utgångspunkt

Denna rapport utforskar hur talangattraktion skapas i samspelet mellan arbetsgivare och plats och visar hur talangers och framtidens arbetskrafts vardagsliv, arbetsliv och upplevelse av en plats tillsammans formar beslut om att flytta, stanna och trivas. Rapportens syfte är att skapa bättre förståelse för hur förmågan att attrahera och behålla internationella talanger i en stad kan stärkas och organiseras.

Metod i korthet

Studien bygger på 50 kvalitativa intervjuer med talanger, arbetsgivare, offentliga aktörer och akademi i Göteborg, internationella best practice-fall samt observationer och dokumentstudier. Analysen är induktiv och tematisk och integreras med litteratur om företags personalarbete, talangattraktion och platsmarknadsföring.

Kärninsikter

Helhet före silo

Attraktionskraften växer när arbetsgivares förmåga, kopplat till processer, språk, onboarding och möjligheter till utveckling möter platsens strukturer och atmosfär, såsom boende, ID/registrering, skola, vård, kultur och fritid. Det är kombinationen av arbetsgivare och plats och vad de erbjuder som skapar värde.

Hushållet avgör

Många talanger har en medföljande partner eller familj. För att en talang ska stanna kvar är det viktigt att livet i sin helhet fungerar för hela hushållet eller familjen. Partners etablering och barnens skolgång är därför central.

Löftet behöver bäras av vardagen

Attraktivitet skapas när arbetsgivaren levererar det som utlovats och när arbetsgivarens erbjudande harmonierar med platsens identitet och funktionalitet. Det blir därför viktigt att undvika översälj och kommunicera om såväl arbetsplats som plats på ett autentiskt, realistiskt och rättvisande sätt.

Styrkor och utmaningar

För internationella talanger ligger Göteborgs styrkor till stor del i möjligheten till balans mellan arbete och fritid (work-life-balance), närheten till hav, friluftsliv och natur, samt kombinationen av avancerad industri och kunskapsintensiva miljöer. Utmaningarna finns främst i startlogistiken, integrering av medföljande partner eller familj, social inkludering, språkbroar samt synlighet kring "andra jobbet".

Rekommendationer i korthet

Till arbetsgivare

Arbetsgivare kan påverka mer än många tror: genom transparenta processer, kommunikation som förmedlar en sann bild, tydlig preboarding, konsekvent engelska och synliga utvecklingsvägar. Social onboarding och stöd till partner eller familj är avgörande delar av ett hållbart mottagande, även om det ofta ligger utanför arbetsgivarens traditionella ansvarsområde.

Till städer och regioner

Bygg en samlad ingång som sekvenserar hushållets första steg, på engelska och med länkar till relevanta resurser. Stöd språkbroar och communities som fungerar efter arbetstid (kväll/helg). Arbeta tillsammans med vision och berättelser som gör det lättare för små- och medelstora företag att kommunicera konsekvent och som möjliggör för arbetsgivare, medarbetare och invånare att vara medskapare.

Till HR och platsaktörer

För att internationell kompetens ska vilja komma, landa och stanna behövs en gemensam kedjelogik där arbetsgivare och platsaktörer arbetar utifrån samma grundstruktur: från attraktion och rekrytering till mottagande, integration och retention. Principen "en kedja, flera ägare" innebär att varje steg i talangens etableringsresa behöver ha en tydlig ansvarsfördelning: vem äger vad, när och hur sker överlämningar? Utan denna samordning riskerar talanger och deras familjer att möta fragmenterade insatser, dubbla budskap eller glapp mellan organisationer.

Till nationell nivå

Vissa frågor kan inte lösas lokalt. Effektiva tillståndsprocesser, ID/registreringsflöden och en enhetlig, engelskspråkig nationell kontaktpunkt utgör infrastrukturen som regionala och lokala insatser vilar på. Förutsägbarhet och service på nationell nivå ökar värdet av regionala satsningar.

Slutsats

Göteborg har många av de kvaliteter som internationella talanger efterfrågar. Det är viktigt att löfte och vardag stämmer överens för att människor ska välja att stanna kvar och växa här. När arbetsgivare, städer och nationella aktörer kopplar ihop sina insatser längs talangens hela etableringsresa, från första kontakt till andra jobbet, stärks både arbetslivet och livskvaliteten.

Om Emma Björner

Emma Björner är forskare vid Handelshögskolan, Göteborgs universitet. Hennes forskning rör platsvarumärken och platsutveckling, med särskilt fokus på hur städer, regioner och länder kan bli attraktiva och hållbara för invånare, talanger, besökare och investeringar. Emma arbetar i skärningspunkten mellan forskning och praktik, med frågor som rör samverkan, samskapande och hållbar utveckling.

Du når Emma Björner på emma.bjorner@gu.se



2. Förord

Den här rapporten handlar om talangattraktion i korsningen mellan HR och platsvarumärke, om hur vardagsliv, arbetsliv och upplevelsen av en plats tillsammans formar människors beslut att flytta, stanna och trivas. Syftet med studien är att skapa bättre förståelse för hur förmågan att attrahera och behålla internationella talanger i en stad kan stärkas och organiseras.

Rapporten vill bidra med ett vardagsnära perspektiv på hur arbetsgivare, städer och regioner, tillsammans och var för sig, kan skapa bättre förutsättningar för talanger och framtidens arbetskraft att etablera sig och utvecklas.

Denna rapport belyser delar av en förstudie om hur Göteborg ska kunna utvecklas som attraktiv plats för framtidens arbetskraft, genomförd från oktober 2024 till februari 2026, med stöd av Centrum för Global HRM, Näringslivsgruppen på Göteborg & Co samt Volvo Cars.

Arbetet har kombinerat intervjuer med talanger, arbetsgivare och offentliga aktörer i Göteborg med internationella jämförelser och dokumentstudier, med målet att omsätta insikter till praktiskt användbara slutsatser och rekommendationer.

Jag vill rikta ett varmt tack till alla er som tagit er tid att dela perspektiv och erfarenheter i intervjuer och samtal. Era berättelser har varit avgörande för att förstå var attraktivitet faktiskt uppstår och var den går förlorad.

Ett särskilt tack går till den referensgrupp som funnits med mig på resan och varit ett stort stöd: Megan Reif, Thomas Andersson, Ola Bergström och Carl Blom.

Jag vill också rikta ett stort tack till Anna-Lena Johansson på Business Region Göteborg och Niklas Delersjö på Västsvenska Handelskammaren för hjälp med kontakter och kloka inspel.

Slutligen vill jag tacka mina kollegor på Centrum för Global HRM för ert stora stöd och era kloka inspel; särskilt Monica Andersson Bäck, Freddy Hällsten och Stefan Tengblad.

Göteborg maj 2026

Emma Björner

3. Inledning

I en global konkurrens om kompetens räcker det inte längre att erbjuda ett attraktivt jobb. För att attrahera och behålla internationella talanger behöver arbetsgivare, städer och samhällsstrukturer fungera tillsammans – i praktiken, i vardagen och över tid. Den här rapporten visar hur samspelet mellan arbete och plats formar människors beslut att flytta, stanna och trivas, och vad som krävs för att Göteborg ska fortsätta vara en attraktiv destination för framtidens arbetskraft.

Svenska arbetsgivare befinner sig i en alltmer tilltagande konkurrens om kompetens. För arbetsgivare, universitet och offentliga organisationer räcker det inte att rekrytera rätt personer; människor behöver också vilja flytta, etablera sig och stanna. Allt fler företag rekryterar talanger internationellt, vilket inte enbart ställer nya krav på företag som arbetsgivare, utan också på lokala myndigheter. Denna rapport undersöker vad som händer när arbetsgivarens värld möter platsens värld, och där företagets personalarbete (HR) möter stadens varumärkesarbete (place branding), samt vad detta samspel betyder för talanger och framtidens arbetskraft i praktiken.

Till skillnad från nationell rekrytering innebär internationella rekryteringar att arbetstagaren behöver byta både land och vardagsliv. För den arbetssökande spelar därför faktorer som partnerns möjligheter, barnens skola, boende, registreringssteg och vardagsinfrastruktur en avgörande roll, aspekter som ofta ligger utanför arbetsgivarens direkta kontroll. Detta gör att både arbetsgivare och offentliga aktörer blir ömsesidigt beroende av varandra i talangers etablering.

Syftet med denna studie är att skapa bättre förståelse för hur förmågan att attrahera och behålla internationella talanger i en stad kan stärkas och organiseras. Göteborg fungerar i rapporten som ett konkret fall där både arbetsgivare, akademi och offentliga aktörer arbetar aktivt med internationell kompetensförsörjning och där samspelet mellan arbete, vardagsliv och platsens strukturer blir särskilt tydligt.

Ett antal frågor ställs i studien: Vad är attraktivt för internationella talanger? Hur formas internationella

talangers beslut om att flytta, stanna och trivas? Hur gestaltar sig arbetsliv, vardagsliv och upplevelsen av en plats för internationella talanger? Hur kan arbetsgivare – privata såväl som offentliga – och platsaktörer samverka för att understödja internationella talangers inträde och etablering på den lokala arbetsmarknaden?

I fokus står internationella talanger som kommit till Göteborg: deras erfarenheter av startresan med boende, ID och registreringssteg, bank och försäkring samt skola och vård; deras väg in i sociala sammanhang genom språk, nätverk, kultur och fritid; och deras möte med arbetsgivarens vardag som formas av processer, onboarding, intern rörlighet och utvecklingsvägar framåt.

Studien bygger på en kvalitativ och explorativ design med intervjuer, observationer och dokumentstudier genomförda mellan oktober 2024 och februari 2026. Totalt har 50 semistrukturerade intervjuer genomförts med talanger, arbetsgivare, offentliga aktörer och akademi i Göteborg. Av dessa har 20 intervjuer genomförts med internationella talanger. De kommer från en bredd av länder, bland annat USA, Kenya, Kina, Storbritannien, Tyskland, Polen, Portugal, Nederländerna och Kroatien. De befinner sig främst i 30–50-årsåldern och flera har familj eller partner. De arbetar inom olika branscher, såsom fordonsindustrin, techindustrin, akademien, maritima näringen, arkitektur och besöksnäring, i roller som spänner från HR och ledarskapsfunktioner till ingenjör-, forsknings-, service- och kommunikationsrelaterade roller.

Rapportens struktur följer en rörelse från kontext och teori till empiri, analys och implikationer. Efter denna inledning presenteras centrala begrepp och förklaringar, följt av det teoretiska ramverket där HRM möter place branding och

**Människor flyttar inte bara
för ett jobb,
de flyttar för ett liv.**

4. Centrala begrepp och förklaringar

Andra-jobbet-logik

Att internationella talanger ser möjliga karriärvägar efter första jobbet på en plats. Att medföljande partner efter ett första, tidsbegränsat eller underkvalificerat jobb, hittar jobb som matchar hens profil och meriter.

Dual career / partnerstöd

Insatser som underlättar för medföljande partner att hitta arbete, utbildning eller meningsfull aktivitet inom sex till tolv månader; en av de starkaste faktorerna för hushållets beslut att stanna.

Engelska i praktiken

Att engelska inte bara lovas i rekryteringen utan också fungerar i vardagen på arbetsplatsen: i dokumentation, möten, informella sammanhang, IT-system och kommunikation.

Employer ability

Arbetsgivarens verkliga förmåga att skapa goda, tydliga och inkluderande förutsättningar för rekrytering, mottagande, arbetsvardag och utveckling. Handlar om levererad kvalitet, inte kommunicerade löften.

Employer branding

Arbetsgivarens kommunicerade bild av sig själv som arbetsplats. Handlar om hur arbetsgivaren beskriver sitt erbjudande, sina värderingar och sin kultur.

Employer place branding

Ett samspel där arbetsgivarens erbjudande blir en trovärdig och konkret del av platsens identitet och berättelse. Uppstår när arbetsgivarens och platsens värdeerbjudanden drar åt samma håll.

HRM (Human Resource Management)

Personalledning. Hur organisationer organiserar lärande, ledarskap, arbetsmiljö och utveckling.

Hushållsperspektiv

Ansatsen att se etablering och kvarstannande som beslut som fattas av hushållet, inte enbart individen. Partner, barn, skola och vardagsflöden är ofta avgörande för om en person trivs och stannar.

Internationella talanger och framtidens arbetskraft

Begrepp som används för att beskriva personer som är i rörelse mellan städer, arbetsgivare och branscher och som bidrar med kompetens, specialisering och innovationskraft. Betonar både nuvarande och kommande generationer av kompetensförsörjning.

Kedjelogik

Synsättet att attraktion, mottagande och retention måste ses som delar i en sammanhängande kedja, där varje steg kräver tydliga ägare och sömlösa överlämningar.

Mognadsstöd

Stödinsatser till arbetsgivare och lokala aktörer för att höja lägstanivån i employer ability, onboarding, språkstöd och internationalisering av arbetsplatsen.

Place branding

Arbetet med att utveckla och kommunicera en plats identitet, karaktär och värdeerbjudande. Handlar om hur städer och regioner skapar tydliga, långsiktiga berättelser som människor kan se sig själva i.

Samlad ingång

En strukturerad och lättillgänglig väg in för internationella talanger och hushåll, där information och stöd om boende, utbildning, vård, ID/registrering, jobb och nätverk presenteras.

Social onboarding

Arbetet med att introducera nyinflyttade i sociala sammanhang, nätverk och aktiviteter som bidrar till trygghet, tillhörighet och trivsel utanför arbetet.

Talangattraktion

En process där både arbete, livsmiljö och platsens berättelse samverkar för att få människor att vilja flytta, etablera sig och stanna. Attraktion skapas inte ensidigt hos arbetsgivaren eller i staden utan i kombinationen av båda.

Talent Attraction Management

Ett ramverk som beskriver talangattraktion som en kedja av steg: attrahera, rekrytera, ta emot, integrera och behålla, där flera aktörer har ansvar i olika skeden. Poängterar behovet av koordination och tydliga överlämningar.

**Beslutet att stanna
fattas inte av individen,
utan av hushållet.**

5. Hur arbetsgivare och platser tillsammans skapar attraktionskraft

Attraktionskraft uppstår inte hos arbetsgivaren eller platsen var för sig, utan i mötet mellan dem. Här introduceras rapportens analytiska ramverk och hur samspelet mellan HR-arbete och platsens förutsättningar formar talangers upplevelser och beslut.

Rekrytering av internationella talanger skiljer sig på avgörande sätt från rekrytering inom landets gränser. Den arbetssökande behöver inte bara byta arbetsgivare, utan också flytta sitt liv, etablera sitt hushåll och navigera ett nytt samhällssystem. Därför blir faktorer som partners möjligheter, skolgång för barn, boende, registreringsprocesser och vardagsinfrastruktur centrala delar av beslutsunderlaget. Dessa aspekter ligger delvis utanför arbetsgivarens kontroll, vilket gör att både arbetsgivare och offentliga aktörer blir ömsesidigt beroende av varandra i processen att attrahera och behålla internationell kompetens. Detta har bidragit till att traditionella gränser mellan HRM (personalledning) och regional utveckling har börjat lösas upp, eftersom arbetsgivare och platser formar varandras attraktionskraft i praktiken (Barkun m.fl., 2021).

Talang – ett användbart, men inte helt okomplicerat begrepp

Även om begreppet talang används flitigt, både inom HR och i regionala strategier, är det långt ifrån neutralt. Många organisationer använder ordet för att beskriva personer med särskilda spetskompetenser eller hög prestationsförmåga, men forskningen visar att detta ofta bygger på antaganden om vad som värderas i en viss tid eller bransch. Talang är dessutom inte något statiskt, utan något som kan växa fram när människor får rätt förutsättningar att utvecklas. Därför är det viktigt att inte utgå från att talang finns "där ute" att hitta, utan att förstå

att talang också skapas i mötet mellan individ och kontext. I praktiken innebär det att arbetsgivare och platser inte bara ska attrahera "rätt människor", utan också erbjuda miljöer där fler kan lyckas (Barkun m.fl., 2021). I denna rapport definieras talanger som personer som arbetsgivare anser inneha särskilda kompetenser eller förmågor som anses vara brist på och som de är villiga att anställa.

Employer branding och övergången till employer ability

Employer branding – arbetsgivarens sätt att beskriva sin identitet och sina löften – har länge setts som en viktig del av kompetensförsörjningen. Samtidigt visar forskning att attraktionskraft inte enbart skapas i kommunikation, utan i upplevelsen hos dem som möter arbetsgivaren i praktiken. Det räcker inte att beskriva sig som modern, inkluderande eller global. Frågan är om kandidater och medarbetare märker att löftet håller när de väl kommer innanför dörren (Maheshwari m.fl., 2017).

Det är här det framväxande begreppet "employer ability" blir centralt (Slotte, 2025). Employer ability handlar om arbetsgivarens faktiska förmåga att leverera det man lovar. Det rör allt från rekryteringsprocessens tydlighet till hur en nyanställd tas emot, vilka möjligheter till utveckling som finns över tid, och hur väl organisationen lyckas hålla ihop sina värderingar och sin kultur i vardagen. Forskning inom talent management visar att just övergångar; från rekrytering till onboarding, från onboarding till utveckling;

ofta är de mest kritiska, eftersom brister i dessa steg påverkar både trivsel och möjlighet att behålla personal (Van Zyl m.fl., 2017).

I en global kontext blir detta särskilt tydligt. En arbetsgivare kan framstå som attraktiv på papperet, men om internationella medarbetare möts av oklara processer, svagt stöd eller brist på vägledning kring hur familjen ska etablera sig, minskar attraktiviteten snabbt. Employer ability är därför inte bara en intern HR fråga, utan något som formar arbetsgivarens, och i förlängningen regionens, rykte (Maheshwari m.fl., 2017; Van Zyl m.fl., 2017).

HRM:s roll i attraktionsförmågan

För att förstå employer ability behöver vi förstå HR-funktionens roll. HRM handlar i grunden om hur organisationer organiserar lärande, ledarskap, arbetsmiljö och utveckling. I organisationer där dessa system hänger ihop skapas ofta högre engagemang och attraktionskraft. Men HR är också en profession som i allt större utsträckning fungerar som bro mellan arbetsgivaren och omvärlden. Forskning visar att HR funktioner som arbetar nära kommunikation, linjechefer och ledning har lättare att skapa sammanhållna system som kandidater och medarbetare upplever som begripliga och rättvisa (Maheshwari m.fl., 2017).

Samtidigt pekar litteraturen på att HRM i regioner kan bidra till att utforma mer sammanhängande system för mottagande, stöd och integration. På så sätt blir HR inte bara en intern funktion, utan också en viktig del av den regionala attraktionskraften (Andersson & King Grubert, 2025).

Place branding som mer än marknadsföring

Place branding – arbetet med att beskriva och utveckla en plats identitet – har utvecklats från reklamliknande kommunikation till ett bredare styrningsverktyg. Inom talangattraktion innebär place branding att skapa en sammanhållen bild av platsen som gör det möjligt för människor att se ett framtida liv och arbetsliv där. Forskningen visar att städer och regioner som lyckas skapa tydliga, inkluderande berättelser om sig själva ofta gör det genom långsiktigt utvecklingsarbete, inte genom enskilda kampanjer (Barkun m.fl., 2021).

Ett sätt att analysera platser är att använda ramverket från Global Talent Competitiveness Index, där attraktivitet

delas upp i byggstenar som förutsättningar, livskvalitet, utvecklingsmöjligheter, långsiktig trivsel och global öppenhet. Det intressanta med dessa byggstenar är att de visar hur mycket attraktion beror på strukturer och system; exempelvis tillgång till utbildning och bostäder, internationell öppenhet eller fungerande infrastruktur; snarare än på kommunikation i sig (Barkun m.fl., 2021). När arbetsgivare och plats samspelar

Allt fler studier visar att arbetsgivarens och platsens attraktionskraft hänger ihop. Människor väljer idag ett "paket": ett meningsfullt jobb, en välkomnande organisation, en trygg livsmiljö, ett socialt sammanhang och möjligheter till utveckling. När organisationer och platser berättar olika historier, eller när deras budskap inte stöds av faktiska upplevelser, blir det svårare att attrahera rätt kompetens. I ljuset av detta har forskare föreslagit att platsens identitet också behöver bära arbetsmarknadens innehåll, det vill säga visa vad man faktiskt kan arbeta med, hur arbetsgivarna arbetar och vilka karriärvägar som finns (Laurin & Parent Lamarche, 2024). Det framväxande begreppet "employer place branding" beskriver just detta samspel. Det innebär att platsens identitet inte bara handlar om natur, kultur och boende, utan även om arbetsgivarnas kvalitet, hur internationell arbetskraft tas emot och vilka utvecklingsmöjligheter som regionen erbjuder (Barkun m.fl., 2021; Laurin & Parent Lamarche, 2024).



Att hålla ihop hela kedjan

För att förstå hur detta hänger ihop blir ramverket Talent Attraction Management (TAM) användbart. TAM beskriver talangattraktion som en kedja av processer: från det första intrycket av en plats eller arbetsgivare, till hur en person tas emot, etablerar sig och utvecklas, och till sist om personen väljer att stanna kvar över tid. Det viktiga i TAM ramverket är att ingen del av kedjan fungerar ensam. En stark kampanj räcker inte om mottagandet brister. Ett bra mottagande räcker inte om jobben inte håller vad de lovar. Och ett bra jobb räcker inte om livsmiljön inte fungerar. I praktiken handlar det om samordning över organisationsgränser och om tydliga roller mellan offentlig sektor, näringsliv och akademi (Andersson & King Grubert, 2025; Andersson, King Grubert & Lubanski, 2016).

Utmaningar och spänningar

Trots omfattande forskning och utveckling på området finns flera kvarstående utmaningar. En av dem är skillnaden mellan löften och leverans, både hos arbetsgivare och hos platser. En annan är fördelningen mellan livskvalitet och jobbkvalitet. I marknadsföring betonas ofta livsstil, medan studier visar att kvaliteten på jobbet för många är minst lika avgörande, särskilt bland kvalificerade grupper och internationellt rörlig arbetskraft (Laurin & Parent Lamarche, 2024).

Ytterligare en utmaning är mätning. Det är svårt att isolera effekterna av enskilda kampanjer eller satsningar, eftersom flyttbeslut ofta formas av många faktorer samtidigt. Flera studier understryker att uppföljning behöver ske över längre tid och med både kvantitativa och kvalitativa data för att förstå var i kedjan effekter uppstår (Barkun m.fl., 2021; Clements, 2024).

Talangattraktion som system

Sammantaget pekar forskningen mot att talangattraktion förstås behöver som ett system där arbetsgivare och plats är ömsesidigt beroende av varandra. Platsens attraktionskraft formas av utbildningssystem, trygghet, internationell öppenhet, kulturutbud och livsmiljö. Arbetsgivarens attraktionskraft formas av HR praktiker, onboarding, ledarskap och utvecklingsmöjligheter. Talent Attraction Management binder ihop dessa två nivåer och betonar att kedjan behöver hållas samman. När vi betraktar talangattraktion på detta sätt blir det möjligt att analysera både vad som fungerar och vad som brister, ställa mer precisa frågor om var friktionen uppstår och, inte minst, förstå hur arbetsgivare och platser tillsammans kan skapa de villkor som gör att människor både kommer, stannar och utvecklas.



Faktaruta:

Talangattraktion för platser – fyra centrala delar

Talangattraktion för platser består av fyra huvudkomponenter som tillsammans formar helhetsupplevelsen för personer som överväger att flytta, etablera sig och stanna på en plats. Dessa steg används internationellt av städer och regioner som arbetar strategiskt med att attrahera och behålla arbetskraft.

1. Kännedom och varumärkesbyggande

Arbete med att skapa medvetenhet om platsen hos relevanta målgrupper, ofta genom platsvarumärke, kommunikation, berättelser och digital synlighet.

2. Attraktionsinsatser

Aktiviteter som syftar till att väcka intresse och övertyga individer att överväga en flytt, exempelvis riktade kampanjer, rekryteringsinitiativ, branschspecifika budskap och samarbete med arbetsgivare.

3. Mottagningsinsatser

Stöd som gör det enkelt att flytta och landa – för individ och familj. Exempel: International House modeller, hjälp med myndighetsprocesser, information, praktisk vägledning och första nätverkskontakter.

4. Integrations- och retentionsinsatser

Åtgärder som hjälper människor att komma in i vardagslivet, skapa sociala relationer och vilja stanna. Fokus ligger på social inkludering, tillgång till samhällsservice, partnerstöd, kultur- och fritidsutbud samt uppföljning.

Källa: Andersson & King Grubert, 2025

**Attraktionskraft skapas i
kombinationen av
arbete och plats,
inte i någon av dem var för sig.**

6. Internationella talangers upplevelser av arbetsgivare i Göteborg

Hur en arbetsgivare fungerar i praktiken får avgörande betydelse för hur attraktiv den upplevs. Kapitlet visar hur tydlighet, stöd och inkludering påverkar talangers första tid – och varför skillnaden mellan löfte och verklighet ofta blir avgörande.

Detta kapitel bygger på intervjuer med talanger med internationell bakgrund som av olika skäl valt att förlägga sitt professionella arbetsliv i Göteborg. Kapitlet belyser hur talanger upplever arbetsgivare i regionen. Här framträder vad som skapar attraktionskraft i arbetsvardagen, vad som skaver, och vilka faktorer som avgör om man snabbt får upp farten, känner sig inkluderad och ser en framtid hos sin arbetsgivare. Utsagor om arbete och arbetsgivaren kan tolkas med utgångspunkt i att talangerna har erfarenhet av arbetsgivare i andra länder. När de uppmärksammar något som positivt kan det eventuellt tolkas som att det inte alltid förekommer i de länder eller i de organisationer de har tidigare erfarenhet från.

Internationella talanger sökte sig i hög grad till arbetsgivare i Göteborg på grund av möjligheten att utvecklas professionellt i internationella och kunskapsintensiva miljöer. Flera respondenter beskriver att de drogs till arbetsplatsen tack vare tydliga karriärvägar, starka professionella nätverk och arbetsgivares förmåga att matcha deras kompetens med rätt roll. Strukturerade introduktionsprogram, stöd i onboarding och löftet om att få arbeta i tvärfunktionella, innovativa team var återkommande motiv. För många handlade beslutet också om att arbetsgivaren signalerade förtroende, engagemang och en kultur där internationella medarbetare upplevde att de kunde göra verklig skillnad. Som en

intervjuperson uttryckte det: "De var bra på att hitta en match mellan mina färdigheter och rollen, och att skapa en miljö där internationella känner sig välkomna. Preboarding, praktisk start och respekt i processer

Talanger beskriver att det spelar stor roll hur rekrytering, förberedelser före start och de första veckorna hanteras. Tydlighet, tempo och återkoppling ses som grundläggande



förtroendeskapare. När arbetsgivaren kommunicerar väl och möter individen med respekt upplevs starten som professionell. En intervjuperson delade sin upplevelse: "Utan BankID lever man lite vid sidan av samhället. En kollega tipsade om rätt bankkontor och då löste sig allt på en gång."

I flera intervjuer framkom att frågor som rör bostad, identitet, bank, vård och skola ofta faller mellan stolarna. Arbetsgivare som erbjuder enkla listor, kontaktvägar eller stöd via externa partners bromsar oron och skapar intrycket av att man förstår vad flyttprocessen innebär. När sådana inslag saknas och när kommunikationen dessutom är långsam eller otydlig upplever flera talanger att arbetsgivaren inte har en helhetsbild av deras behov. Detta påverkar bilden av organisationens professionalism redan innan första arbetsdagen. Som en talang beskrev det: "Jag kom sent en kväll med barn och väskor och fick själv lösa nycklar och allt praktiskt. Det hade kunnat tas om hand på ett bättre sätt."

Onboarding som skapar trygghet och fart

De arbetsgivare som får högst betyg i intervjuerna är de som har strukturerad och sekvenserad onboarding där praktiskt stöd, utrustning, introduktioner och sociala delar är inbyggda från första dagen. En tydlig tidslinje, förberedda systembehörigheter, planerade möten och ett team som välkomnar aktivt är återkommande framgångsfaktorer. "Jag fick hjälp att hitta bostad och någon följde med och kontrollerade papper. Det kändes professionellt och jag kunde fokusera på jobbet." Fungerande onboarding handlar också om att förstå organisationens rytm, vem som gör vad och hur beslut fattas. När onboarding är väl utformad skapas psykologisk trygghet snabbt, vilket många lyfter som centralt för att våga bidra. "Vi fick aktiviteter men saknade en orientering i hur man arbetar och kommunicerar i Sverige. Det hade underlättat mycket."

Meningsfulla uppdrag och tydlighet i arbete och förväntningar

Internationella talanger som har kommit till Sverige för att arbeta har i regel en relativt positiv bild av sitt arbete och sin arbetsgivare. En aspekt som de uppskattar är att svenska arbetsgivare är tydliga med vad uppdraget och arbetet innebär. Talanger beskriver att de snabbt får energi när mål, roller och ansvar är begripliga. Det gäller både juniora och seniora talanger och oavsett om de arbetar i stora företag eller i mindre organisationer. När arbetsgivaren tydligt visar vad arbetet syftar till och hur det bidrar till helheten skapas tidigt en känsla av riktning. "Det var tydligt var jag skulle vara och vad som förväntades av mig. Det gjorde att jag kom igång direkt."

I flera intervjuerna framträder också bilden av att meningsfullhet och modern teknik stärker attraktionskraften, särskilt där organisationer arbetar med hållbarhet, avancerade ingenjörprojekt, digitalisering eller samhällsviktiga funktioner. Det upplevs motiverande att ingå i team där man kan bidra direkt och där det finns en stolthet kring produkter och tjänster.

Ett återkommande mönster är att bristande tydlighet de första månaderna sänker tempot. Oklara förväntningar gör att människor tvekar och lägger energi på att lista ut vad som är viktigt. En talang berättade: "Jag har varit på arbetsplatser där ingen riktigt berättar vad som är viktigt i början. Det tar energi från själva jobbet." När uppdraget däremot är välformulerat och följs upp i vardagen får talanger snabbare grepp om sin roll och kan börja prestera tidigare.

Lärande, intern rörlighet och utvecklingsvägar

Flera respondenter lyfter möjligheten att utvecklas i arbetet som något som de uppskattar. Det handlar inte bara om formella kurser utan också om att få arbeta med olika projekt, rotera mellan team och testa nya ansvarsområden. Där det finns tydliga processer för intern rörlighet och lärande upplevs arbetsgivaren som långsiktigt attraktiv. "Jag fick möjligheten att rotera mellan olika roller. Det hjälpte mig att nätverka tidigt och lära känna olika människor och roller."

Flera talanger beskriver att internationell exponering, tvärkulturella team och samarbete med andra enheter eller länder ger snabb egen utveckling. Denna typ av miljöer upplevs också som inkluderande, vilket stärker motivation och engagemang. Där utvecklingsvägarna är otydliga eller där intern rörlighet kräver att man själv driver hela processen sjunker attraktiviteten. Retention kopplas därför starkt till hur synligt och transparent arbetsgivaren arbetar med utveckling.

Språk, kommunikation och tillgänglighet i vardagen

Språk och kommunikation är något som försvårar möjligheten att komma in i och bli en del av gemenskapen på arbetsplatsen. Även i internationella arbetsmiljöer är det vanligt att dokumentation, intranät, mötesrutiner och sociala sammanhang är på svenska. Talanger beskriver att det ibland skapas osäkerhet i gränslandet mellan två språk, särskilt om det saknas tydliga riktlinjer. En intervjuperson berättade: "Möten hölls på engelska men under fikarasten gick allt över till svenska. Det gjorde att man kände sig vid sidan av." En annan talang beskrev: "De flesta företag kräver svenska även när arbetsuppgifterna går att utföra på engelska."

Arbetsgivare som aktivt arbetar med engelska som arbetspråk, som standardiserar kommunikation och som erbjuder språkstöd upplevs som mer professionella och inkluderande. När man dessutom ges tid eller stöd att lära sig svenska i rimlig takt ökar delaktigheten både på jobbet och i vardagen. "Jag önskar att det fanns mer stöd för svenskstudier via jobbet. Ett gemensamt upplägg hade hjälpt oss komma in bättre."

Social etablering: där arbetsgivare ofta saknar strukturer

Ett av de tydligaste mönstren i materialet är att arbetsgivare sällan tar ansvar för eller ens ser till den anställdes liv utanför arbetstiden, alltså den sociala etableringen. Mycket fungerar väl kring introduktion i arbete, men frågor som rör vardagsliv, nätverk, fritid och boende lämnas ofta till individen. Detta gäller även i företag som rekryterar internationellt. "Barnen hittade in snabbt men för oss vuxna tog det mycket längre tid. Det fanns ingen tydlig väg in i sociala sammanhang."

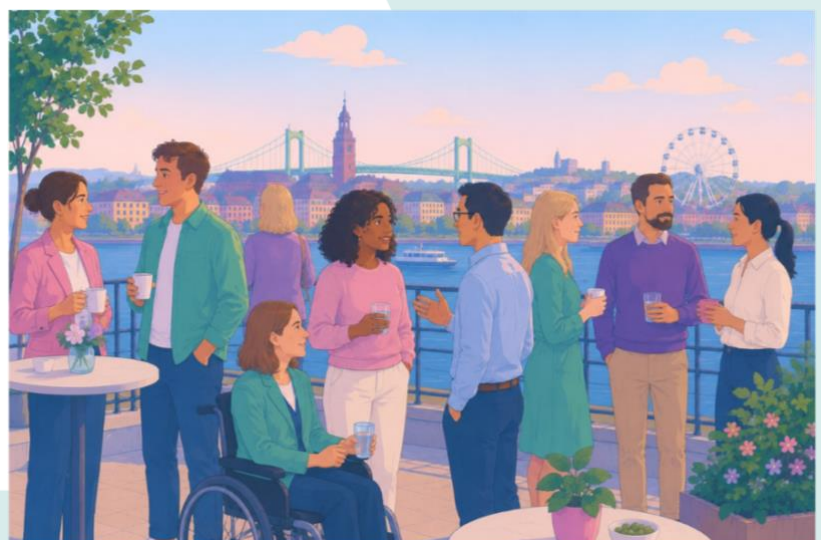
Flera talanger beskriver att man landar i jobbet men inte i livet. När arbetsgivaren erbjuder sociala aktiviteter, luncher, mentorskap eller kontaktytor med andra nyanställda upplevs det som värdefullt, men

det är snarare undantag än regel. I företag där sådana strukturer inte finns dröjer det längre innan talangen bygger ett socialt sammanhang, vilket i sin tur påverkar både trivsel och prestation.

Samlade utmaningar där friktionen uppstår

Sammantaget visar intervjuerna att inträdet på arbetsplatsen inte alltid är så enkel. Sociala delar av onboarding saknar ibland tydlig ägare och ansvarsfördelningen mellan chef, HR och team blir otydlig. Språksituationen kan bli osäker när arbetsmiljön växlar mellan engelska och svenska utan gemensam linje. Det skapar tvekan i möten och gör informella sammanhang svårare att använda som lärandeytor. Den första tiden präglas i vissa fall av oklara mål och svag återkoppling i rekryteringen, vilket undergräver tilliten till arbetsgivarens förmåga att leverera. Flera menar att de hade behövt hjälp med att hitta jobb åt sin partner. Avsaknaden av stöd till partnern påverkar hushållets beslut redan under första året.

En särskild källa till friktion gäller inträde som konsult. Flera beskriver att konsulter inte fullt ut deltar i samma informationsflöden, sociala ytor och beslutsforum som ordinarie personal. Det kan handla om begränsade behörigheter, uteblivna inbjudningar till interna möten eller sociala aktiviteter, oklara vägar till kompetensutveckling och nästa uppdrag. I praktiken uppstår då ett "innanför/utanför" läge som försvagar sammanhållningen och gör det svårare att bygga tillit och gemensam kultur i teamet. En respondent pekar dessutom på regler och kontraktsvillkor, såsom tvåårsregeln, som skapar onödig



friktion och risk för avbrott i pågående uppdrag, vilket försvårar långsiktig integration i arbetslaget.

Syntes: Var arbetsgivarnas attraktionskraft faktiskt uppstår

Talangernas beskrivningar visar att attraktionskraften växer fram när flera delar av arbetsgivarens erbjudande fungerar samtidigt i vardagen. De uppskattar särskilt när själva uppdraget är tydligt och när arbetsgivaren klargör mål, ansvar och förväntningar redan från start. Detta skapar en känsla av riktning och professionalitet, särskilt i kontrast till tidigare arbetsmiljöer där arbetsuppgifter i flera fall varit mer otydliga eller förväntningar mer pressade. Den svenska arbetskulturen, som är präglad av balans, rimlighet och tillit, lyfts också som en viktig attraktionsfaktor. Talanger beskriver att de kan använda sin kapacitet bättre i miljöer som inte bygger på omfattande kontroll eller mikrostyrning, och där flexibilitet i vardagen ses som självklar.

Samtidigt visar intervjuerna att arbetsgivarens attraktionskraft inte enbart formas av det som sker innanför organisationens väggar. Onboardingprocessen på arbetsplatsen fungerar ofta väl, men den blir inte tillräcklig när nyanställda samtidigt ska hantera praktiska och sociala etableringssteg utanför arbetet. Här blir det tydligt att talangens tillfredsställelse, och sannolikheten att stanna, i hög grad påverkas av sådant som normalt ligger utanför arbetsgivarens direkta kontroll, såsom partnersnans möjligheter till arbete, skolgång för barn, bostad och tidig väg in i lokalsamhället. När dessa delar saknar tydlighet eller stöd riskerar även en i övrigt välfungerande start att tappa fart.

I praktiken uppstår arbetsgivarens attraktionskraft därför i mötespunkten mellan två system: det interna: tydliga uppdrag, en fungerande onboarding och en kultur av tillit, och det externa: hushållets etablering, partnersnans väg in i samhälle och jobb samt vardagslivets bärighet. När dessa delar drar åt samma håll uppstår ett momentum där prestation, trygghet och tillhörighet förstärker varandra. När någon del brister räcker inte ens ett starkt uppdrag eller en god arbetskultur för att människor ska vilja stanna över tid.



**Många talanger landar i
jobbet, men inte i livet.**

7. Talangers upplevelser av platsen Göteborg

Detta kapitel sammanfattar hur de intervjuade talangerna upplever Göteborg som plats att leva sina liv på. Analysen utgår från konkreta vardagserfarenheter av att flytta in, etablera sig och fatta beslut om att stanna. Helhetsbilden bygger på återkommande mönster i intervjuerna och visar var attraktionsvärdet produceras i vardagen.

Förväntningar innan man flyttade till Göteborg

För flera respondenter var jobbet den primära motorn att flytta till Göteborg. En intervjuperson beskriver att flytten utlöstes av ett jobberbjudande i kombination med en längtan bort från storstadslogistik, snarare än av en långvarig plan att bo just i Göteborg. En annan beskriver på liknande sätt att flytten till Sverige, och senare Göteborg, inte föregicks av detaljerad platskänedom, utan av en utbildnings- och jobblogik ihop med ett allmänt positivt intryck av Norden. Även andra uttrycker att de lockades av Norden och värden av som säkerhet och trygghet. En intervjuperson sökte en mer trygg och stabil vardag för barnen i jämförelse med tidigare boendemiljöer.

Förväntningar innan man flyttade till Göteborg handlade bland annat om vardagsrytmen. Flera talanger förväntade sig en hanterlig stad med rimliga avstånd, närhet till naturen och ett tryggt vardagsflöde där barn och vuxna kan röra sig obehindrat. Respondenter med olika bakgrund beskriver Göteborg som ett mer balanserat och grönt alternativ till större metropoler, där tempot antogs vara lugnare och livskvaliteten högre. En av intervjupersonerna uttryckte det så här: "Jag hade bara hört talas om staden innan... men jag förväntade mig att Göteborg skulle vara lugnt, rent, tryggt och välfungerande; en stor förändring jämfört med där jag bodde tidigare."

När det kommer till infriande av förväntningar bekräftas överlag bilden av Göteborg som en hanterlig och trygg vardagsmiljö med närhet till naturen, vilket motsvarade respondenternas förväntningar, särskilt för familjer som sökte ett lugnare tempo och större självständighet för barnen. Samtidigt blev startadministrationen mer krävande än många hade räknat med. Den sociala etableringen gick också långsammare än många hoppats på

Förväntningarna på partners inträde på arbetsmarknaden visade sig dessutom i flera fall vara för optimistiska. I flera fall tog det långt längre tid än väntat för partnern att hitta jobb, något som påverkade familjens samlade vilja att stanna kvar. En intervjuperson beskrev det så här: "Vi trodde att det skulle lösa sig ganska snabbt, men min partner hittade inte jobb på flera år. Det blev mycket svårare än vi hade föreställt oss."

Startfönstret 3–6 månader

De första månaderna är ofta viktiga för etableringen. När bostad, personnummer/ID/BankID, bank, mobilabonnemang, vårdlistning och pendlingsmönster faller på plats upplevs Göteborg som "smidigt". När en eller några delar hakar upp sig blir helheten skör, även om exempelvis jobbet fungerar. "Arbetet var klart. Men utan personnummer är man ingen – ingen bank, inget abonnemang, inget hyreskontrakt." Att få ihop startpaketet snabbt påverkar inte bara hushållets trygghetskänsla; det färgar också upplevelsen av arbetsgivaren och staden som professionella och respektfulla mot den tid som nyinflyttade lägger på att få vardagen att fungera.

Flera lyfter vård som ett konkret exempel där listning och de första stegen "in i systemet" (telefon, app, första bedömning) är svåra att överblicka innan språk och nätverk sitter. "Jag försökte lista mig och boka tid, men förstod inte vägen in. När man är ny i landet vill man bara veta vem man ringer och hur." I intervjuerna återkommer bilden att det inte krävs "allt" för att startresan ska kännas trygg, men det krävs förutsägbarhet och tydlighet i några kritiska steg. Där talanger och hushåll snabbt får stabil bostad och en begriplig väg till vård, skola och pendling, frigörs energi till det som ska bära på sikt: språket, sociala sammanhang och prestationen på jobbet.



Vardag i lagom skala: närhet, natur och balans

Talanger beskriver Göteborg som en stad där vardagen flyter: korta avstånd, enkel vardagslogistik och närhet till natur och hav gör att arbete, familj och fritid går att kombinera utan att livet bara blir logistik. En intervjuperson berättade: "Jag tappar ingen tid i vardagen. Jobb, förskola, träning; allt är 20 minuter bort." En annan person beskrev: "Det som höll mig kvar var havet och att skogen finns runt hörnet." Flera berättade också hur tidsvinsten frigör energi till relationer, språkträning och återhämtning. Detta blir en grundton i många beslut att stanna – inte som en ensam faktor, utan som en stabil bas som andra delar, som arbete, karriär och nätverk, kan byggas på.

Samtidigt finns en tydlig insikt om att vardagskvalitet behöver matchas av synliga möjligheter framåt. Livskvalitet kan öppna dörren och skapa en positiv attityd, men den långsiktiga attraktionskraften stärks först när människor också upplever att staden möjliggör olika sätt att leva sina professionella liv. I intervjuerna beskrevs detta som en kombination av hanterlig skala och möjligheten att "få ihop allt" utan att kompromissa med utveckling. När närheten till skog, vatten och stadsrum blir praktiskt tillgänglig efter arbetsdagen, upplevs vardagen som pålitlig och hållbar; en känsla som många ställer mot erfarenheter från storstäder där tidsläckage och logistikstress undergräver balansen.

Medföljande partner: den ofta avgörande faktorn

Beslutet att stanna fattas ofta på hushållsnivå, i familjen, och hänger nära samman med partners etablering. När partnern inom nio till tolv månader hittar arbete, studier eller annan meningsfull aktivitet upplevs flytten som hållbar; om inte annars väcks ofta tankar på att lämna. Talanger beskrev hur vardagen "låser sig" när partnern står utan riktning, och hur en konkret plan, även i små steg, snabbt kan vända hushållets stämning från osäkerhet till vilja att investera i staden.

Intervjusekretären pekar också på en "andra jobbet logik" för partnern: första steget kan vara tidsbegränsat eller underkvalificerat, men om steg två – ett uppdrag eller en tjänst som bättre matchar profil och meriter – blir synligt inom rimlig tid ökar sannolikheten att hushållet stannar. När arbetsgivare och platsaktörer samverkar och delar på arbetet med kontaktvägar, språkspår och praktikvägar skapas ett lokalt förankrat stöd som upplevs positivt av talanger. För familjer utan lokalt nätverk kan dessa "första krokar" bli avgörande eftersom de erbjuder en social och professionell bas som gör att den anställda talangen också kan fokusera och prestera i sitt arbete.

Skolgångens betydelse för etableringen

För barnfamiljer blir skolstarten en direkt tröskel eller accelerator. Några intervjupersoner vittnar om att yngre barn integrerats snabbt i svensk förskola och lågstadium. Även föräldrankanalerna och vardagsstruktur etablerades relativt fort: "Förskolan gjorde allt enklare. Han fick kompisar direkt och vi fick föräldrakontakter." För äldre barn blir språket ofta en större tröskel. Internationell eller IB skola kan då vara en övergång som säkrar skolvardag, särskilt vid särskilda behov, som en intervjuperson beskrev: "Vår dotter har dyslexi och dyskalkyli. På engelska fungerade allt mycket bättre." I flera hushåll beskrivs internationell skola som en viktig bro till svensk skola efter en period när språk och trygghet hunnit i kapp.

Ett återkommande behov är tydlig och samlad information på engelska om skolval, kötid, ansvarsfördelning och övergångar. "Vi kände inte ens till IB skolan i början, sedan tipsade en lärare oss. Det var svårt att hitta vägen till rätt information." När staden och skolorna erbjuder konkreta steg och kontaktvägar upplevs etableringen som trygg även när mycket annat är nytt. När

hushållet själva måste pussla fram svaren förlängs perioden av provisorium, vilket spiller över på den anställda talangens fokus i arbetet. Kort sagt: skolan är inte perifer utan central för hur snabbt en familj kan bygga ett liv på en plats.



Arbetsmarknadsnärhet och ”andra jobbet”

Göteborg upplevs som arbetsmarknadsnära: stora arbetsgivare, universitet och FoU miljöer ligger i samma urbana väv och första tjänsten hittas ofta relativt snabbt. Flera upplever ”andra jobbet” som den kritiska punkten: ”Det första jobbet var lätt; det andra kräver tajming. Ibland känns fönstret större i Stockholm eller Köpenhamn.” Inte minst i smalare nischer kan utbudet av alternativa roller upplevas begränsat, vilket ökar risken för utflöde om interna vägar och regionala alternativ inte är synliga i rätt tid. Flera intervjupersoner beskriver att de gärna stannar, men att de behöver se hur och när progression kan ske utan att behöva lämna staden.

Samtidigt vittnar flera respondenter om en regional struktur som borde kunna bära progression: kombinationen av avancerad industriell bas och kunskapsintensiva tjänster upplevs som en reell styrka, men vägarna mellan miljöerna är inte alltid tydliga för den enskilde. Flera pekar på värdet av överblick och ”bytesstationer”, alltså arenor där man kan finna alternativa karriärvägar, få kontakt med rekryterande team och förstå när det är rätt tillfälle att ta nästa steg i karriären samt vilken riktning som är möjlig. Det är möjligt att sådana kontaktpunkter minskar trycket att söka sig till en annan stad. En fråga att arbeta vidare med är hur medföljande kan erbjudas karriärstöd, inte bara i samband med inträdet på den lokala arbetsmarknaden utan under en längre tid. Det kan vara viktigt för att minska sårbarheten i det andra karriärsteget och därmed säkerställa gynnsam etablering av hushållet på längre sikt.

Tillhörighet, språk och samklang med platsen

I intervjuerna med talangerna framträder att vissa aktiviteter fungerar som broar mellan det internationella och det lokala. Med broar avses sammanhang som gör det lättare att ta steget in i stadens sociala och kulturella liv; ett slags arenor där nyinflyttade på ett naturligt sätt möter människor, språk och vardagspraktiker som hjälper dem att känna sig mer hemma. Exempel är språkcaféer och SFI (Svenska för invandrare), föreningsliv och idrott, barnens arenor som förskola, skola och fritid, hobbygrupper och kollegiala nätverk samt återkommande kulturaktiviteter i närområdet. Det som kännetecknar en bro är att den är lågtrösklig, återkommande och öppnar dörrar till sammanhang som annars kan vara svåra att nå för den som precis har flyttat till Göteborg.

En känsla av tillhörighet är viktigt för välbefinnande. Tillhörighet växer när människor hittar sammanhang och när olika delar av livet – som arbetsplatsens klimat, bostadsområdet, föreningslivet och vardagskulturen – hänger ihop och stödjer varandra. Det är däremot inte alla inflyttade talanger som upplever sig helt integrerade och som en del av den lokala miljö som de lever i. Flera respondenter beskriver hur de rör sig mellan ett internationellt och ett svenskt ”kretslopp”, vilket antyder att flera inte känner sig fullt integrerade i samhället. Vissa aktiviteter, praktiker och platser utgör en form av ”broar” mellan det internationella och det lokala. Det kan handla om språktrappor, fritidsaktiviteter, idrott, kvartersrum och kollegiala koder. Dessa broar kan bli avgörande för om man väljer att stanna kvar i Göteborg efter två, tre år. När sådana broar saknas blir vardagen lätt mer privat och avgränsad; när de finns, uppstår en vardagsrytm som gör att staden känns mer som hemma. Språket har en central plats: ”Engelska räcker för jobbet, men inte för livet. Svenskan gjorde att jag kände mig hemma.” Vissa respondenter upplever sig vara mer integrerade. Detta handlar också om en samklang eller harmoni mellan individ och plats; att upplevelsen att stadens uttryck, värden och sociala koder passar den man är eller vill vara. En respondent beskriver hur hon upplevde staden där hon bodde tidigare som stressig, opersonlig och i otakt med hennes eget sätt att vara. När hon flyttade till Göteborg upplevde hon däremot att stadens tempo, sociala klimat och närhet till naturen stämde betydligt bättre överens med hennes personlighet och värderingar. Hon lyfter särskilt hur Göteborgs mer avslappnade, vänliga och mänskliga rytm matchar hennes behov av lugn, naturkontakt och social värme. Denna samklang mellan individ och plats motiverar både vardagsengagemang (delta i föreningar, kultur, frivilliginsatser) och professionell fördjupning (stanna längre, byta roll internt), vilket i sin tur stärker språkprogression och nätverk.

Kultur som vardagens infrastruktur för tillhörighet

Flera respondenter beskriver att de ibland kan uppleva sig isolerade och ensamma. "På sommaren känns Göteborg öppet och lätt att leva i, men på vintern blir det stilla och människor håller sig hemma. Då hade jag önskat fler enkla ställen att gå till, inte minst på vardagskvällar." Olika former av lokala kulturella aktiviteter och evenemang framträder i detta sammanhang som lågtrösklig infrastruktur: små scener, konserter, klubbar, dans, marknader och lokala evenemang blir rum där språk tränas, nätverk knyts och "att bli med i staden" påskyndas. För talanger blir små scener, återkommande aktiviteter och föreningsdrivna event broar in i stadens sociala liv. Återkommande och lågtröskliga sammanhang där människor möts, vecka efter vecka, kan därmed leda till minskad vinterisolering och en snabbare känsla av hemhörighet.

Trygghet och berättelsen om platsen

Talanger beskriver vardagstrygghet i sina kvarter, samtidigt som omvärldsbilden färgas av en nationell medielogik där enstaka händelser ibland får stor synlighet. Detta skapar ett behov av trovärdig kommunikation som visar vardagens realiteter utan omskrivningar. "Om man bara ser rubrikerna väljer man bort vissa adresser. När vi flyttade in möttes vi av grannar som hjälpte oss och barn som cyklar på gården." Här efterfrågas berättelser där invånare och vardagliga sammanhang ges tolkningsföreträde, inte som PR retorik utan som igenkännbar normalbild.

I koppling till detta framträder också behovet av uppdaterade narrativ om stadsdelar med föräldrade, överdrivet negativa rykten. När skolor, föreningsliv, lokala företag och små scener blir synliga, sänks den psykologiska tröskeln i boende och skolval och fler vågar upptäcka kvarter som tidigare valts bort. Detta beskrivs som viktigt inte bara för nyinflyttade, utan också för redan bosatta som behöver påminnelser om vad som faktiskt pågår. På så sätt blir trygghet både en konkret fråga om stadsrum och en berättelsefråga om vem som får definiera platsen.

Mobilitet och stadsomvandling i vardagen

Grön vardagsmobilitet, med cykel och kollektivtrafik som centrala element, upplevs som ett konkret plus i centrala och närförorts nära lägen. Långvariga byggskedan och återkommande störningar i trafiken får däremot effekt på upplevd friktion, särskilt under etableringsfasen när hushåll ofta ännu saknar "plan B". "Cykeln och spårvagnen gör stan liten. Men när något strulade varje vecka på grund av byggen tappade jag energi." När störningar förklaras i tid och pålittiga alternativa vägar erbjuds, minskar känslan av att livet fastnar i logistik. När de inte gör det, urholkas upplevelsen av staden som villig att behålla sin kompetens.

I intervjuerna beskrivs mobiliteten som bärande infrastruktur för allt annat: den avgör inte bara hur man tar sig till arbete och skola, utan också hur man når språk, nätverk och kultur på tider som fungerar. Talanger kopplar därför störningar och brist på alternativ direkt till trötthet och lägre social aktivitet. När flödena fungerar upplevs staden signalera omtanke om människors livspussel; när de hackar återkommande under längre perioder uppstår tvivel, inte bara på mobiliteten utan på intentionen att underlätta vardagen för dem som ska stanna.



Syntes: Var uppstår beslutet att stanna?

På frågan om vad som fick dem att stanna har respondenterna olika svar. Några betonade betydelsen av att de fick en stabil bostad. Andra menade att det viktigaste var att deras partner fick ett jobb eller började studera. "När min partner fick jobb och vi landade en långsiktig bostad, var beslutet enkelt: vi stannar." Men det var inte bara ett jobb som var viktigt. En synlig väg till det andra jobbet var särskilt viktigt. Framsteg i svenska och pålitliga vardagsflöden, såsom mobilitet och trygghet i vardagslivet var också viktiga faktorer för att fatta beslutet att stanna i Sverige och i Göteborg. I intervjumaterialet återkommer dessa "faktorer" i olika ordning, men med samma bäring: det är kombinationen som bär beslutet, inte en enskild åtgärd eller attraktionsfaktor.

Sannolikheten att stanna efter två, tre år ökar när olika saker faller på plats, såsom stabil bostad, att ens partner kommer i arbete, studier eller annan aktivitet, att man gör framsteg i svenska, att det finns en synlig väg till andra jobb och att man hittar olika sammanhang som möjliggör social inkludering. Det är ofta en kombination av olika faktorer som gör att man väljer att stanna kvar eller ej, inte en enskild åtgärd eller attraktionsfaktor. Samtidigt kan en faktor väga tungt och vara avgörande för beslutet att stanna eller flytta. Några respondenter vittnar om att det blir svårt att stanna när sociala sammanhang och nära relationer inte etableras, även om andra delar faller på plats. En intervjuperson beskrev hur just avsaknaden av djupare vänskapsrelationer blev den avgörande punkten när familjen beslutade sig för att flytta från Göteborg: "Vi saknade nära vänner, det var den största anledningen till att vi flyttade hem igen."



Göteborg har, enligt talangernas berättelser, många av de byggstenar som utgör grunden för ett beslut att stanna: en vardag som går att få ihop, attraktiva attribut som närhet till natur och stadspuls, ett arbetsmarknadsekosystem där progression är möjlig såväl som en social rytm som många känner igen sig i. Studiens resultat visar att broar som erbjuder tvärkulturella relationer och medföljandes karriärutveckling är konkreta exempel på mekanismer som ökar sannolikheten att internationella talanger inte bara trivs i Göteborg, utan också stannar. Resultaten antyder att broar fungerar som länkar mellan de villkor som hushållet väger samman: bostad, partners riktning, språkprogression, vägar till "andra jobbet" och pålitliga vardagsflöden.

Med pålitliga vardagsflöden menas att de dagliga rörelserna i livet, som pendling, barnens rutiner, service, system och digitala funktioner, fungerar utan avbrott eller onödigt friktion. När dessa flöden sitter blir vardagen hanterlig och förutsägbar, vilket flera talanger beskriver som en av de viktigaste delarna i att börja känna sig hemma i staden. När återkommande, lågtröskliga broar finns – som språktrappor, föreningar, kulturarenor, barnarenor, kollegiala nätverk med mera – accelererar etableringen: språket rör sig framåt, nätverk blandas och vardagsrytmen "sätter sig". Där broar saknas blir vuxnas inkludering långsammare och mer slumpmässig även när jobb och bostad är på plats, vilket flera respondenter beskriver som avgörande för beslutet att stanna.



8. Samspel mellan aktörer i talangers etableringsprocess

Attraktion av internationell kompetens avgörs inte i en enskild kontaktpunkt, utan i hur väl flera aktörer fungerar tillsammans. När arbetsgivare, myndigheter och platsens strukturer inte hänger ihop uppstår friktion som direkt påverkar talangers möjlighet att etablera sig. Kapitlet visar hur dessa glapp uppstår i praktiken och varför förmågan att samordna insatser blir avgörande för om en etablering lyckas eller inte.

Varför mötet mellan systemen är avgörande

I underlaget framträder ett dubbelmönster där platsen attraherar genom en stabil och förutsägbar vardag, såsom närhet till natur, hanterbara avstånd och fungerande mobilitet, samtidigt som arbetsgivare attraherar genom meningsfulla uppdrag, rimlig balans mellan arbete och fritid, fungerande onboarding och möjligheter till lärande. Den avgörande frågan är hur dessa två system möts före, under och efter flytten. När social inkludering, stöd till partner, bostad samt identitets- och bankärenden saknar tydlig ägare uppstår friktion som successivt urholkar trivsel och kvarstannande, även där både platskvaliteter och jobbet i sig är starka. I linje med tidigare forskning om talangattraktion och integration pekar materialet på att social onboarding och så kallad "life admin" – bostad, ID/BankID, vård och skola – är kollektiva uppgifter som ingen enskild aktör kan bära ensam. Det kräver samskapad design och samordnad drift av hela mottagningskedjan, från första kontakt till etablerad vardag.

Aktörer som bidrar i etableringsprocessen olika faser

I Göteborg finns flera aktörer, både offentliga och privata, som bidrar till internationella talangers etablering och inträde på den lokala arbetsmarknaden. Talanger beskriver att tydliga, synliga kontaktpunkter sänker trösklar i början: engelskspråkiga jobbfönster, samlade välkomstsidor och möjligheten att få vägledning i en följd snarare än i isolerade steg. Arbetsgivare som arbetar transparent med talangattraktion och HR, med klara

tidsramar och strukturerad preboarding, upplevs som respektfulla och förutsägbara. Social onboarding fungerar särskilt väl när företag kopplar upp sig mot befintliga nätverk, som International House, medborgaraktiviteter, språkcaféer och ideella communities. I hushåll där partnern tidigt möter karriärspår, rådgivning och rekryteringskontakter ökar etableringstakten och planhorisonten förlängs. Slutligen lyfts "engelska på riktigt" som en kritisk detalj: det är först när dokumentation, möten, intranät och sociala forum faktiskt fungerar på engelska som det upplevda löftet infrias. Dessa mönster ligger i linje med internationell praxis där synlig kontaktpunkt, delad social onboarding och dual-career-lösningar återkommer som framgångsfaktorer.

Varför det brister och var gränssnittsglappen uppstår

Materialet visar också var gränssnitten i etableringskedjan tenderar att brista. Startlogistiken saknar i flera fall ett tydligt ägarskap och en ordnad följd mellan steg. Talanger, arbetsgivare och offentliga företrädare beskriver hur bostad, ID och vård hanteras genom parallella kontakter och återkommande omstarter. Detta gör att nyinflyttade behöver navigera systemet själva, även när de redan är under press av att komma igång på arbetet.

Insatser för social inkludering blir ibland projektbundna snarare än en basförmåga i systemet. När projekt tar slut försvinner kontaktytor och kunskap som byggts upp över tid, vilket gör att strukturer som tidigare fungerat faller mellan stolarna. I flera intervjuer med representanter från offentlig och privat sektor lyfts också att stöd till medföljande partners saknar en naturlig hemvist.

Resultatet blir att stödet, när det finns, ofta kommer för sent, ibland när hushållet redan övervägt eller valt att lämna. Detta gör retention skör på hushållsnivå och blir ett av de mest betydelsefulla glappet i etableringen.

Dessutom uppstår språkskarvar när engelska utlovas i rekryteringen men inte fungerar i praktiken, i dokumentation, styrning och informella möten. Det skapar osäkerhet i vardagen och riskerar att stänga ute internationella talanger från gemenskapen och de informella lärandeytor som kollegor tar för givna. Offentliga aktörer lyfter också att strategiska ambitioner ibland inte översätts till operativa prioriteringar eller tydlig kommunikativ paketering.

Forskningen visar att sådana glapp är vanliga i talangattraktions- och integrationsarbete och att värdet ofta rinner ut i övergångarna mellan organisationer. Det beror inte på ovilja, utan på att flera avgörande delar i etableringen, som bostad, partnerstöd, social inkludering och administrativ start, ligger utanför arbetsgivarens traditionella ansvar och samtidigt saknar en tydlig ägare i det offentliga systemet. När roller, ansvar och styrning inte

är gemensamt etablerade blir kedjan skör, även i regioner där både arbetsgivare och plats har starka förutsättningar.

Employer ability i praktiken: från löfte till leverans i vardagen

Hur kan arbetsgivare arbeta tillsammans för att bli bättre på att attrahera, introducera och behålla internationella talanger? Employer ability tar form i det som känns i vardagen. För det första handlar det om process och respekt: klara tidsramar, förutsägbar återkoppling och en tydlig preboarding. Ett möjligt stödverktyg som flera aktörer lyfter är behovet av ett gemensamt kunskapsbibliotek för HR- och talangattraktionsfunktioner i regionen. Med detta avses en delad plattform där arbetsgivare kan ta del av samlad och kvalitetssäkrad information om internationell rekrytering och etablering. Ett sådant bibliotek kan



innehålla checklistor för preboarding och onboarding, guider om bostad, ID och försäkringar, malltexter, uppdaterad information om regelverk samt exempel på fungerande arbetssätt från regionens organisationer. Genom att samla kunskap på ett ställe minskar skillnaderna mellan arbetsgivare, lägstnivån höjs och dubbelarbete reduceras, särskilt för små och medelstora företag som annars saknar resurser att utveckla egna material.

För det andra sker onboarding med större social kraft när den inte begränsas till introduktionen i det närmaste teamet. När nyanställda får planerade möten med kollegor i andra delar av organisationen, tillgång till ett mentorskap som sträcker sig utanför den formella rollen och konkreta "sociala kartor" som visar vägar in i stadens nätverk och aktiviteter, går etableringen snabbare. Sådana inslag gör det lättare att hitta både professionella och sociala sammanhang tidigt, vilket skapar trygghet, tillhörighet och en smidigare övergång in i både arbetsplatsens och stadens sociala ekosystem.

För det tredje är språk och arbetspraxis avgörande: engelskspråkig dokumentation, tydliga mötesrutiner och schemalagd språkpraktik på arbetstid ger goda förutsättningar för både prestation och tillhörighet. För det fjärde krävs synliga lärstegar, intern rörlighet och internationella samarbetsytor, särskilt i teknik- och FoU-roller där kompetens utvecklas i nätverk. För det femte behöver partner och familj en tidig, strukturerad dialog och tydliga kontaktvägar in i samhället.

Slutligen är det mikroinkluderingen i vardagen som avgör om formella löften om inkludering faktiskt blir upplevda som verklighet. Talangerna beskriver hur små, återkommande handlingar, till exempel hur möten leds, vem som bjuds in till sociala aktiviteter, hur feedback ges och hur frågor bemöts, snabbt signalerar om man räknas in eller inte. Dessa vardagsnormer formar "temperaturen" i organisationen och påverkar i hög grad om en ny medarbetare känner sig trygg, delaktig och välkommen. När dessa sociala mikromönster inte stödjer det som kommuniceras i rekryteringen uppstår ett glapp mellan löfte och praktik. Detta ligger nära den internationella litteraturen om employer branding och employee experience, där forskare framhåller att ett arbetsgivares varumärkeslöfte endast är trovärdigt om det sammanfaller med faktiska HRM praktiker och den kultur som möter medarbetaren i vardagen. Med andra ord: inkludering blir inte verklig genom policies, utan genom konsekventa beteenden i de små, dagliga interaktionerna.

När arbetsgivarens erbjudande blir del av platsens berättelse

I ett moget ekosystem blir arbetsgivarens erbjudande inte bara en intern HR fråga, utan en del av platsens värdeerbjudande. Detta sker när den nationella och regionala berättelsen fungerar som ett sammanhållande paraply och när arbetsgivarens egna berättelser om uppdrag, kultur och utvecklingsmöjligheter ligger i linje med platsens identitet. Här suddas gränsen mellan employer branding och place



branding ut och ersätts av det framväxande begreppet employer place branding, där platsens attraktionskraft och arbetsgivarens erbjudande förstärker varandra.

I praktiken handlar detta inte om att olika aktörer ska säga samma sak, utan om samstämmighet: att arbetsgivare, offentliga aktörer och regionala initiativ använder ett kompatibelt språk, återkommande värden och bevis som pekar åt samma håll. När detta fungerar blir budskapen mer trovärdiga och talanger känner igen sig genom hela kandidat- och etableringsresan. När berättelserna däremot inte samspejar uppstår risker: löften i rekryteringen som inte matchas av upplevelsen på plats, budskapsbrus mellan aktörer och en fragmenterad kandidatresa där talangen möter olika berättelser i varje steg. I sådana fall förlorar både arbetsgivare och platsen värde. Att samordna kommunikation och berättelser är därför inte kosmetik; det är en förutsättning för attraktivitet, förtroende och retention.

Kedjelogik enligt TAM och hur kedjan hålls samman i en region

Med utgångspunkt i Talent Attraction Management kan kedjan beskrivas som attrahera, rekrytera, ta emot, integrera och behålla. Attrahera-delen rymmer samordnade budskap och engelskspråkiga jobbfönster; rekrytera-delen kräver transparenta processer och realistiska tidsramar; ta emot-delen handlar om preboarding som täcker bostad, ID, försäkring, skola och praktiska starter; integrera-delen består av social onboarding, språkbroar, community och partnerstöd; medan behålla-delen rör lärande, rörlighet och meningsfullhet, men också mätning på hushållsnivå. Den styrande principen är "en kedja, flera ägare": varje steg måste ha en ansvarig aktör och definierade överlämningar.

I Göteborg hålls kedjan särskilt samman genom två nav som fungerar som broar mellan stegen i modellen. Move to Gothenburg bidrar i de tidiga faserna – attrahera och rekrytera – genom att erbjuda samordnade budskap, internationella jobbfönster och vägledning till arbetsgivare som arbetar med internationella talangflöden. International House Gothenburg är i sin tur en bärande aktör i ta emot och integrera stegen, där samlad information, myndighetsservice, rådgivning och sociala aktiviteter skapar en gemensam ingång för nyinflyttade. Tillsammans fungerar dessa aktörer som ett "kitt" mellan kedjans delar och reducerar de friktioner som annars lätt uppstår i övergångarna mellan arbetsgivare, kommuner, region och stat. Erfarenheterna ligger i linje med TAM, där koordinationspunkter och multifunktionella välkomstcenter identifieras som centrala faktorer för att hålla ihop kedjan och stödja snabbare integration.

Lärdomar från internationella exempel

De internationella fall som analyserats visar tre återkommande drag. För det första kombineras orkestrering med mognadsstöd till arbetsgivare: långsiktiga kampanjer i ett gemensamt paraply kopplas till jobbmatchning och utveckling av företagens onboardingförmåga, vilket höjer lägstanivån i ekosystemet. För det andra finns en synlig kontaktpunkt, ofta i form av International House-modeller, där jobb, bostad, administration, fritid och nätverk samlas i olika format och tider, med kontinuerlig datauppföljning. För det tredje flyttas tyngdpunkten från "fler hit" till "fler stannar längre": satsningar på registreringskedjan, språk, sociala event och arbetsgivarstöd ger längre kvarstannande, inte bara fler ankomster

**Det räcker inte att beskriva sig
som inkluderande,
det måste märkas i vardagen.**

9. Avslutande diskussion: en helhetslogik för talangattraktion

Denna studie visar att talangattraktion inte är en kampanj eller en separat HR-fråga, utan ett samverkanssystem som löper från första intryck till etablerad vardag. Avgörande är inte enskilda starka byggstenar, som ett attraktivt jobb, en trivsamt stad eller ett välformulerat varumärke, utan hur kedjan hålls samman mellan aktörer och över tid. I intervjuerna blir det tydligt att människor flyttar och stannar för en livskombination: arbete, vardag och utvecklingsvägar. När dessa delar kopplas samman i rätt ordning och tempo skapas momentum; när de faller isär uppstår friktion som urholkar både upplevelse och kvarstannande.

Var attraktivitet faktiskt skapas

En del av attraktivitet uppstår i övergångarna. Det är i skarven mellan rekrytering och pre-boarding som förtroendet etableras (tidsramar, återkoppling, praktisk vägledning), i övergången mellan pre-boarding och onboarding som hushållet avgör om starten känns trygg (bostad, ID/registrering, skola/vård, bank), och i steget efter onboarding som sociala broar och andra-jobbet logik avgör om relationen fördjupas eller rinner ut. Här har både arbetsgivare och platsaktörer verktyg som, när de används samordnat, kan ge påtaglig effekt. De starkaste utslagen i materialet uppstår när vardagslogistik och social inkludering möter employer ability i praktiken: tydliga processer, "engelska på riktigt", synliga lärstegar och en plan för partnern.

Employer ability och employer place branding behöver varandra

Ett genomgående resultat är att löften endast bär så långt som vardagen tillåter. Employer branding blir meningsfullt när det konvergerar med employer ability; när den upplevda kvaliteten i processer, språk, kultur och utvecklingsvägar faktiskt matchar det som kommuniceras. På platsidan gäller samma logik: platsberättelsen får tyngd när den vilar på fungerande samlad ingång (en begriplig, sekvenserad väg för hushållets start) och skalbara sociala insteg. När arbetsgivarens erbjudande och platsens värdeerbjudande samspelar – employer place branding – blir helheten begriplig för talangen och synbar för partnern. Därmed ökar chansen att beslutet att stanna fattas på hushållsnivå, inte bara på individnivå.

Friktionspunkterna är kända – och kollektiva

De återkommande friktionspunkterna i materialet är inte överraskande: startlogistik utan tydligt ägarskap, språkskarvar mellan löfte och praktik, frånvaro av strukturerat partnerstöd och svag synlighet för andra-jobbet. Slutsatsen är inte att en aktör behöver "göra allt", utan att vissa uppgifter är kollektiva. Vissa delar – som regelverk, ID- och registreringsflöden – måste hanteras på nationell nivå. Andra delar, som social onboarding, språkbroar efter arbetstid och regionala dual career lösningar (partnerstöd), kräver regional eller interkommunal organisering för att bli skalbara. Arbetsgivarnas uppdrag är att bära sin del av kedjan med förutsägbarhet och inkludering i vardagen, och att koppla upp sina nyanställda mot de gemensamma resurser som redan finns.

Ett system som förstärker både arbete och liv

Studien visar att beslutet att stanna efter två, tre år ökar markant när ett antal villkor samverkar: stabil bostad inom rimlig tid, partner i arbete, studier eller annan aktivitet inom sex till tolv månader, märkbar språkprogression, en synlig väg till andra jobbet, pålitliga vardagsflöden och social inkludering. Gemensamt för dessa villkor är att de är mätbara och fördelningsbara: olika aktörer kan ta ansvar för olika delar, men bara om kedjan och ägarskapen är uttalade. Därför är "en kedja, flera ägare" mer än en devis – det är den minsta nödvändiga strukturen för att undvika att värde rinner ut mellan gränssnitt.

Små och stora städer: samma mekanismer, olika bärformåga

Storlek förändrar bärformågan, inte mekanismerna. Mindre städer behöver regional plug in, vilket kan bestå av en delad samlad ingång, språkspår och dual career-lösningar för partners, såväl som en nischad profil och nära samarbete med arbetsgivare. Medelstora städer vinner på att lägga tyngdpunkten i kedjans mitt – ta emot och integrera – vilket innebär flexibla språkbroar, strukturerad social onboarding och synliga bryggor till nästa steg. Större städer behöver orkestrering i skala: flera kontaktpunkter under ett och samma paraply, datadriven uppföljning och mognadsstöd som höjer lägstanivån i employer ability hos små och medelstora företag och organisationer. I alla storlekar är den röda tråden

densamma: kommunicera det ni kan bära, och bär det ni kommunicerar.

Mätning som styrning

Kedjan blir bara så stark som dess lärloop. Det handlar mindre om att summera aktiviteter och mer om att styra på få, delade resultatmått som ligger nära hushållets beslutspunkter och arbetsgivarens vardag: tid till produktivitet, partner i sysselsättning inom sex till tolv månader, språkprogression, flöden genom den samlade ingången och kvarstannande efter två, tre år. När dessa mått följs och när prioriteringar justeras därefter, uppstår ett praktiskt förbättringssystem som överlever kampanjer och projektperioder.

Från insikt till riktning: mot en sammanhållen talanglogik

Sammantaget pekar studien mot en ny normal för svensk talangattraktion där helheten väger tyngre än enskilda kampanjer och där hushållets etablering är minst lika betydelsefull som individens yrkesroll. Attraktivitet uppstår i mötet mellan arbetsgivarens vardag och platsens förmåga att bära ett fungerande liv – från bostad och registrering till skola, sociala sammanhang och möjligheter för medföljande partner. Detta visar att employer ability, det vill säga arbetsgivarens förmåga att leverera det som utlovas i rekrytering och onboarding, behöver ses som en central del av regionens samlade attraktionskraft. Platsberättelser och employer branding får endast genomslag när de vilar på faktiska upplevelser av trygghet, tillhörighet, språkliga möjligheter och praktisk funktionalitet.

För att systemet ska utvecklas vidare krävs dock mer än konceptuell samsyn. Det behövs tydligare styrning, gemensamma arbetssätt och riktad kunskapsuppbyggnad. Ett första steg är att kartlägga var i inträdeskedjan, från första kontakt till andra jobbet, som friktioner uppstår. Här saknas idag systematiska data. Göteborg och Sverige skulle vinna mycket på



återkommande enkäter till internationella talanger, både före och efter flytt, samt enkäter till arbetsgivare, relocation aktörer och rekryteringsbolag som synliggör var stödet brister, vilka moment som upplevs som otydliga och vilka resurser som ger störst effekt.

Det finns också behov av fördjupade studier om medföljande partners, eftersom partners karriärvägar är en av de starkaste anledningarna att stanna. Vilka kompetenser har medföljande? Vilka branscher efterfrågar dem? Hur fungerar matchningen mellan företag och partners idag? Och vad skulle krävas för att etablera ett regionalt dual career program där arbetsgivare faktiskt rekryterar från varandras pooler?

Vidare behövs kunskap om språkliga barriärer i praktiken. Intervjuerna visar att engelska lovas i rekrytering men inte alltid bär i arbetsvardagen, och att informella språkkrav uppstår i dokumentation, möten och kultur. Här vore en systematisk analys av "engelska i vardagen" värdefull, liksom studier av vilka språkspår som kortar tiden till full delaktighet.

En annan kunskapslucka rör livskvalitetens mikrofaktorer: de vardagliga element som avgör om människor trivs, stannar och engagerar sig. Internationella exempel visar hur data om social inkludering, mötesplatser, fritidsaktiviteter och community byggande kan vägleda mer precisa policys. En fördjupad studie av Göteborgs egna vardagsbärare, från föreningsliv och grönområden till stadsdelars mikrokulturer, skulle kunna ge viktig vägledning.

Samtidigt behöver systemet utvecklas organisatoriskt: en mer samordnad regional styrmodell skulle kunna tydliggöra ansvarsfördelning mellan stat, region, kommun och arbetsgivare. Vad är nationella beslut (t.ex. tillstånd, registrering, rörlighet)? Vad bör lösas regionalt (t.ex. språkspår, dual career, social onboarding)? Och vilka delar ligger på arbetsgivarna (t.ex. realistisk kommunikation, struktur i onboarding, hållbara karriärvägar)?

Den kanske viktigaste slutsatsen är att Sverige, med sin höga livskvalitet och starka arbetslivskultur, redan har många av de byggstenar som krävs. Utmaningen är inte brist på initiativ, utan brist på sammanhållning, tempo och trovärdig kommunikation. När aktörer i ekosystemet väljer att lösa gränssnittsglappen tillsammans, och när löften justeras till det som faktiskt bär i vardagen, ökar sannolikheten att fler inte bara väljer att komma, utan också väljer att stanna längre. Det är där konkurrenskraften skapas: i konsekvensen mellan vad vi säger och vad människor möter, i övergångarna där system blir upplevelse, och i hushållets beslut att investera tid, arbete och liv i en plats.



Den samlade bilden är att Sverige och Göteborg behöver gå från spridda insatser till ett sammanhållet, datadrivet och kunskapsbaserat system där erfarenheter följs upp, friktioner identifieras och stödstrukturer utvecklas iterativt. Det är i detta arbete som nästa stora steg i svensk talangattraktion finns.

**Talangattraktion är inte en
enskild insats eller
kampanj, utan ett
sammanhängande system
där arbete, vardag och
utvecklingsmöjligheter
behöver hänga ihop över
tid.**

10. Rekommendationer

Syftet med denna studie är att skapa bättre förståelse för hur förmågan att attrahera och behålla internationella talanger i en stad kan stärkas och organiseras. Studiens resultat visar att förmågan att attrahera internationella talanger förutsätter samarbete både mellan arbetsgivare och mellan arbetsgivare och platsaktörer, såväl offentliga som privata och akademien. Talangers erfarenheter, liksom forskningen och de internationella jämförelserna, pekar på att attraktivitet formas i hela kedjan, i rekrytering, pre-boarding och onboarding såväl som i professionell och social etablering. Flera aspekter hänger samman med centrala teman som lyfts tidigare i rapporten: betydelsen av en trygg start, vikten av helhetskedjor och samspelet mellan employer ability och employer place branding.

Rekommendationer för arbetsgivare

Arbetsgivare kan inte påverka allt, eftersom mycket av förmågan att attrahera och behålla internationella talanger avgörs av faktorer utanför deras direkta kontroll, som medföljandes karriär, skola och vård. En återkommande insikt är att många talanger "landar i jobbet men inte i livet". För att minska detta glapp behöver arbetsgivare arbeta systematiskt med social och praktisk etablering parallellt med den professionella onboarding; inte genom att ta över offentliga uppgifter, utan genom att koppla upp nyanställda mot rätt resurser i tid (t.ex. samlad information om bostadskanaler, hur skol- och vårdssystem fungerar, ID/BankID och bankprocesser), erbjuda en namngiven kontakt som kan lotsa personen eller hushållet genom de första månadernas frågor, och säkerställa realistisk kommunikation. När arbetsgivaren tar detta "facilitator ansvar", och när relevanta samhällskontakter aktiveras tidigt för medföljande, minskar osäkerheten i startfasen, hushållets stress sjunker och förutsättningarna att stanna stärks, även i frågor som formellt ligger utanför arbetsgivarens normala uppdrag.

Ett viktigt steg är att skapa fungerande strukturer för social onboarding. Talanger beskriver att nätverk, gemenskap och vardagsrelationer är avgörande för att utveckla en känsla av tillhörighet och sammanhang. Arbetsgivare skulle kunna erbjuda möjligheter för nyanställda att mötas över teamgränser, delta i sociala event och ta del av informella aktiviteter. Att inkludera partners och familj i vissa delar av introduktionen kan vara ett enkelt men betydelsefullt sätt att signalera att arbetsgivaren ser hela hushållet som del av etableringsprocessen, en insikt som

är central i både intervju materialet och i internationell forskning om retention.

Partners etablering framstår, precis som rapporten visar, som en av de mest kritiska faktorerna för hushållets beslut att stanna över tid. Arbetsgivare kan därför med fördel stärka sitt arbete med dual career-lösningar (partnerstöd) genom att samarbeta med lokala karriäraktörer, universitet, rekryteringsföretag och branschorganisationer. Enkla insatser som karriärvägledning för medföljande, nätverksträffar och grundläggande information om arbetsmarknaden skapar förutsättningar för ett mer hållbart livspussel och förlänger hushållets tidshorisont på platsen.

Språk är en annan central del av arbetsgivares attraktionskraft. Många talanger beskriver att den praktiska vardagen på arbetsplatsen, såsom dokumentation, möten, intranät och informella sammanhang, inte alltid överensstämmer med det som kommunicerats i rekryteringen. Att arbeta med "engelska på riktigt" kräver därför både organisatoriska rutiner och kulturell öppenhet. Schemalagd språkpraktik, finansierade språkkurser och tydliga riktlinjer för när svenska krävs (och varför) bidrar till en mer inkluderande miljö och stärker både prestation och tillhörighet. Detta knyter an till employer ability-begreppet, där trovärdighet i vardagen är minst lika viktig som värdeorden i ett employer brand.

En annan återkommande dimension i studiens resultat är behovet av transparenta och respektfulla processer i rekrytering och HR-arbete. Talanger värderar tydliga kravprofiler, realistiska tidslinjer och återkoppling i alla steg, även vid avslag. Detta uppfattas som tecken på

professionalism och omsorg, och stärker organisationens rykte oavsett utfall. Här blir sambandet mellan employer branding och employer ability återigen tydligt: det är bland annat i dessa processer som arbetsgivarens löfte provas och antingen stärks eller försvagas.

Rekommendationer för städer och regioner

Attraktivitet uppstår när arbetsgivarens vardag möter platsens livskvalitet – det vill säga de delar av vardagslivet som gör det möjligt att leva ett gott, fungerande och hållbart liv utanför arbetstid. I intervjuerna omfattar detta sådant som pålitlig vardagslogistik, trygghet i närområdet, närhet till natur och stadsmiljöer, fungerande skola och vård, rimliga pendlingstider samt tillgång till fritidsaktiviteter och sociala sammanhang där man kan hitta ett hem och ett nätverk. När dessa delar samspelar med ett tydligt uppdrag och en inkluderande arbetsplats förstärks helheten.

För att kedjan från attraktion till kvarstannande ska hålla ihop behöver den drivas gemensamt. Skillnaden mellan städer av olika storlek handlar främst om bärformåga: vad som kan bäras lokalt, vad som bör samordnas regionalt och vad som kräver nationell nivå. I alla storlekar är nycklarna desamma: en trygg start, fungerande social inkludering, språkbroar samt kvälls- och helgaktiviteter, stöd till partners samt synliga vägar till det andra jobbet.

Mindre städer

I mindre städer skapas attraktionskraft när vardagen blir begriplig, personlig och snabb. Närhet, korta beslutsvägar och låg tröskel till skola, vård och fritid förkortar etableringstiden, men den smalare arbetsmarknaden gör partners inträde och steget till andra jobbet mer sårbart. En praktisk lösning är en synlig lokal kontaktpunkt i deltidformat som fungerar som gemensam ingång för internationella talanger och arbetsgivare, ger vägledning i bostad, identitetshandlingar och praktiska starter samt hjälper till med kontakter till lokala nätverk.

En lokal kontaktpunkt i deltidformat kan kompletteras med ett "pop-up International House" i samarbete med regionen, återkommande och behovsstyrt, som samlar praktisk hjälp och vägleder talanger vidare i kedjan. För att stärka hushållets etablering kan det också vara verkningsfullt att köpa in delar av dual career-stödet (partnerstöd), enskilt eller gemensamt, till exempel karriärsamtal för partnern, granskning av meritförteckning, vägledning till branschspår och kontakter med lokala arbetsgivare. Delade resurser gör att mindre städer kan erbjuda professionellt stöd utan att bygga hela strukturen själva.

Medelstora städer

Medelstora städer har ofta lärosäten, ett bredare kultur- och föreningsliv samt en arbetsmarknad som bär det första jobbet men ibland blir tunn för nästa steg. Här blir andra jobbets fönster avgörande. Tyngdpunkten bör därför ligga i kedjans mitt, ta emot och integrera. En central del är att stärka registreringskedjan, den ordnade följden av administrativa och praktiska moment som behöver ske i rätt ordning, med registrering hos myndigheter, folkbokföring och identitets-handlingar, försäkringar, bank, skola och vård. Det innebär också språkbroar som fungerar på kvällar och helger, sociala insteg där även partner inkluderas samt standardiserat stöd till arbetsgivare i förberedelser före start och i introduktion.

När stegen är tydliga och förutsägbara minskar osäkerheten och etableringen går fortare. För att göra möjligheter över tid synliga kan städer arbeta med "employer stories" under ett gemensamt paraply. Det betyder att lyfta arbetsgivarnas berättelser om karriärvägar, intern rörlighet, lärande, samhällsnytta och kopplingar till lokala innovationsmiljöer i ett enhetligt språk och med delade resurser som bildbank och exempeltexter. Detta sänker trösklarna för kandidater och gör att små och medelstora arbetsgivare syns utan stora egna kommunikationsinsatser.

Större städer

I större städer är orkestrering en kritisk del. Samverkansstrukturer behöver kompletteras med operativ prioritering i lärloopar längs kedjan, med mandat att ta bort flaskhalsar där processen tappar fart, till exempel i bostad och identitetshandlingar, i språksituationen, i social inkludering och i bryggor till andra jobbet. Skalutmaningen hanteras genom flera kontaktpunkter under ett och samma paraply, tydlig disciplin i kanaler och mognadsstöd till arbetsgivare som höjer lägstanivån. Datainfrastruktur som följer flöden från första intresse till kvarstannande efter två, tre år gör det möjligt att styra i stället för att enbart rapportera.

Talangattraktion i metropolformat blir ett portföljarbete där olika målgrupper kräver parallella spår. Det förutsätter en finmaskig dual career-struktur där partners möter relevanta branschvägar och rekryteringskontakter tidigt, samt uthållig finansiering och fasta plattformar så att fungerande arbetsätt kan skalas över tid. Engelska som faktiskt fungerar i dokumentation, möten och digitala ytor är en grundnivå för upplevd professionalism.

Rekommendationer för samarbetet mellan HR och place branding

För att helheten ska fungera krävs en integrerad syn mellan HR och platsaktörer. Ett samlat arbete kan med

fördel ta form i en gemensam mottagningskedja där roller och ansvarsområden är tydligt definierade. En processkarta som beskriver kedjan från attraktion till retention, med utsedda ägare för social onboarding, stöd till medföljande partner och startprocesser, gör arbetet mer förutsägbart och möjliggör kontinuerliga förbättringar.

Samarbetet bör även handla om att samordna budskap och berättelser. När arbetsgivarens kultur och platsens värdeerbjudande pekar åt samma håll upplevs kommunikationen som mer sammanhängande och trovärdig. Det gör också att mindre företag, som ofta saknar egna resurser och är okända internationellt, får större räckvidd och synlighet. Gemensamma innovationsytor och regelbundna forum där arbetsgivare, kommuner, regioner och lärosäten möts kan bidra till att

flaskhalsar identifieras och att nya lösningar testas på liten skala innan de skalas upp.

Rekommendationer för nationell nivå

Det finns delar av kedjan som inte kan lösas lokalt eller regionalt. Arbetsstillstånd, ID- och registreringsprocesser, regler för arbetskraftsinvandring, och nationella kommunikationsplattformar (som Work in Sweden) är exempel på områden där statliga beslut och samordning sätter ramarna för vad arbetsgivare och regioner kan göra. För att de rekommendationer som beskrivs i denna rapport ska få full effekt krävs därför att nationella aktörer fortsätter arbetet med förutsägbara regelverk, kortare handläggningstider, tydligare arbetsgivarservice och sammanhållna informationsflöden.



**Talangattraktion uppstår när
arbetsgivares förmåga att leverera i
vardagen möter platsens förmåga att
bära ett fungerande liv – och när
dessa två utvecklas tillsammans.**

11. Källor

Andersson, M. & KingGrubert, M. (2025). Talent attraction. I: E. Oliveira, E. Sevin & E. Björner (Red.), *Elgar Encyclopedia of City and Place Branding*. Cheltenham: Edward Elgar.

Andersson, M., KingGrubert, M. & Lubanski, N. (2016). *Innovating Talent Attraction: A Practitioner's Guide for Cities, Regions and Countries*. Denmark: UPress.

Barkun, Y., Glińska, E. & Dębkowska, K. (2021). Differentiation of regional attractiveness for gaining talents in the context of place branding theory. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(1), 78–92.

Clements, F. (2024). Can numbers tell the story? An investigation on the impact of three place branding and marketing campaigns 2003–2019 on the attraction of new residents to the Isle of Man. *Place Branding and Public Diplomacy*, 20, 378–393.

Laurin, F. & Parent Lamarche, A. (2024). Non metropolitan labour attractiveness: When place branding meets employer branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 20(4), 517-531.

Maheshwari, V., Gunesh, P., Lodorfos, G. & Konstantopoulou, A. (2017). Exploring HR practitioners' perspective on employer branding and its role in organisational attractiveness and talent management. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(5), 742–761.

Slotte, S. (2025). Talent Without Opportunity: The Policy-Practice Divide and Employer-Ability in Finland's International Student Labour Market. *Internationalisation of Higher Education – Policy and Practice*, 12(2), 111-131.

Van Zyl, E. S., Mathafena, R. B. & Ras, J. (2017). The development of a talent management framework for the private sector. *SA Journal of Human Resource Management*, 15(1), 15-19.