

Vadstena 14 – 15 april 2026

**Tre nätverk:**

- ESBR
- RKF
- Strategigruppen för inkludering

# Varmt välkomna!

*Rätt kompetens för ett starkare Östergötland!*



# En konferens – tre nätverk

- East Sweden Business Region
- Regionalt kompetensforum
- Strategigruppen för inkludering



VÄLKOMNA!



För att stärka samverkan skola  
arbetsliv och inkludera flera



# Incheckning runt borden

- **Namn**
- **Organisation**
- **Vad gjorde att just du valde att delta här idag, vad ser du fram emot?**

45 sek per person

✓ Vi tar tillsammans ansvar för att alla känner sig sedda och får komma till tals.

✓ Vi värdesätt olikhet och andras perspektiv.

✓ Vi är generösa och visar respekt!



# Välkommen till Vadstena!





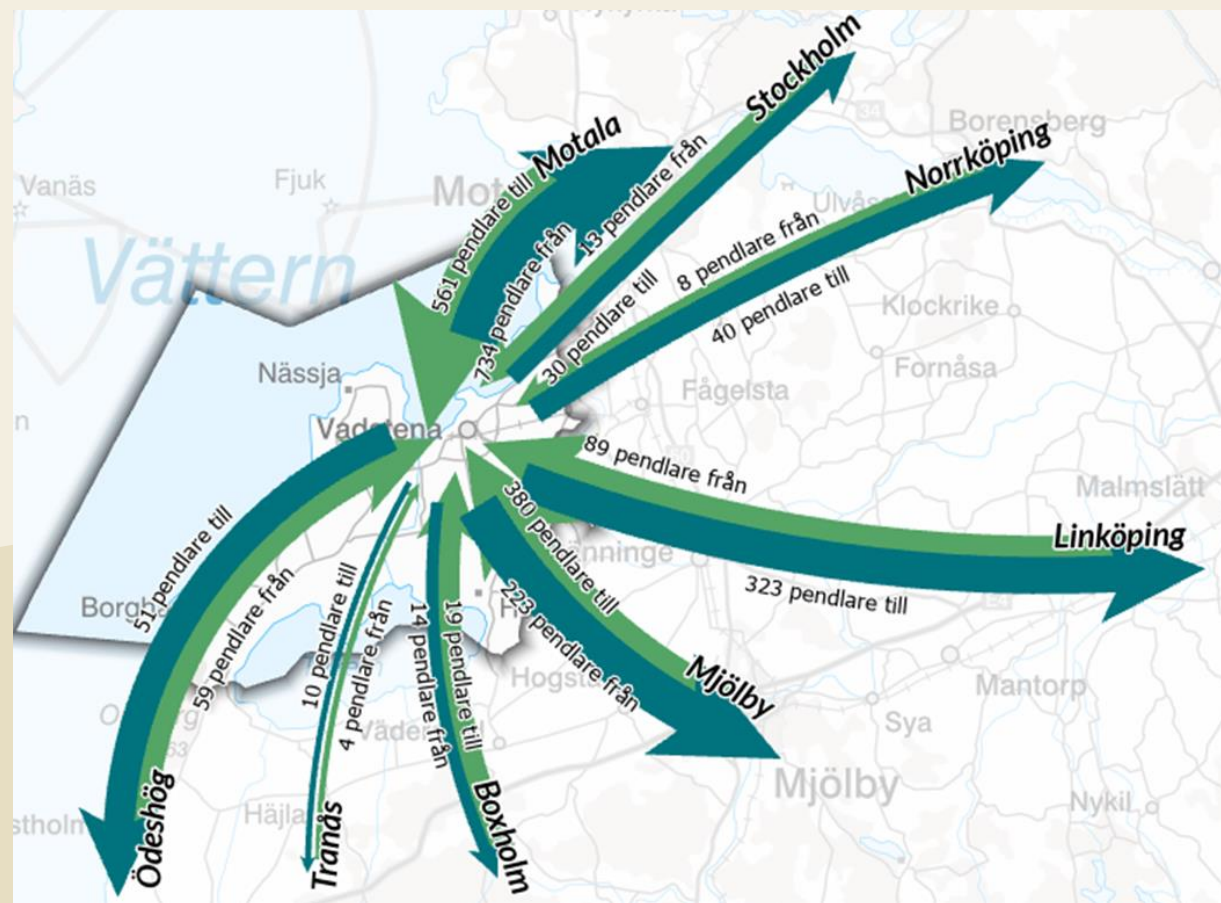
# VADSTENA KOMMUN



VADSTENA  
KOMMUN

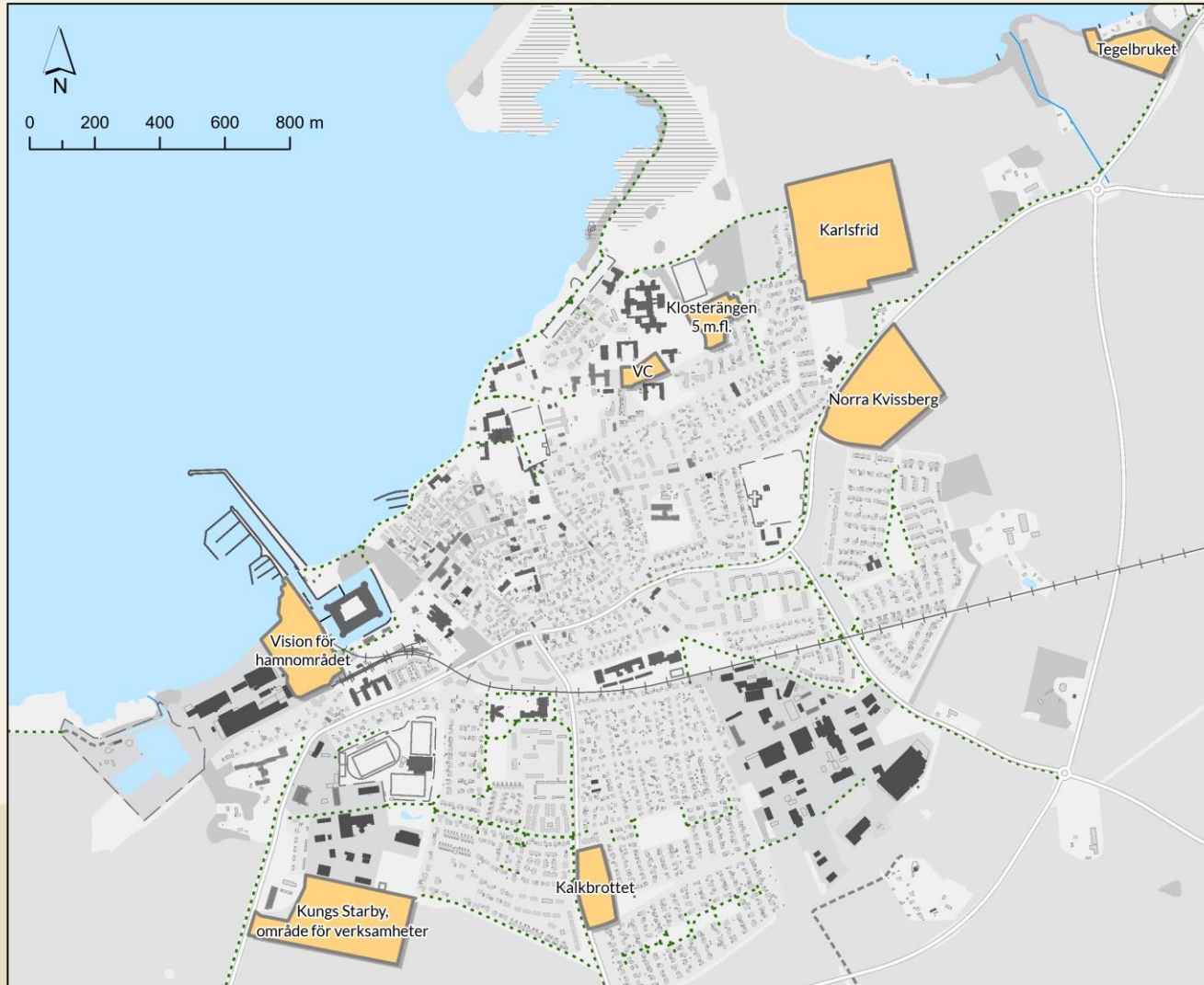
# En stor liten kommun.

- Vård, omsorg och tillverkningsindustri, likväl som turism, utgör basen för det lokala näringslivet.
- Ca 800 företag, hälften enskilda firmor och hälften aktiebolag. 99% små företag.
- Industriföretagen är de största privata arbetsgivarna och arbetslösheten är låg.
- Många besökare årligen – ca 500 000 i tätorten och 1 600 000 i hela kommunen.
- Hög andel företagare och gott företagsklimat.



Arbetskraften pendlar både in och ut.





# Platsutveckling

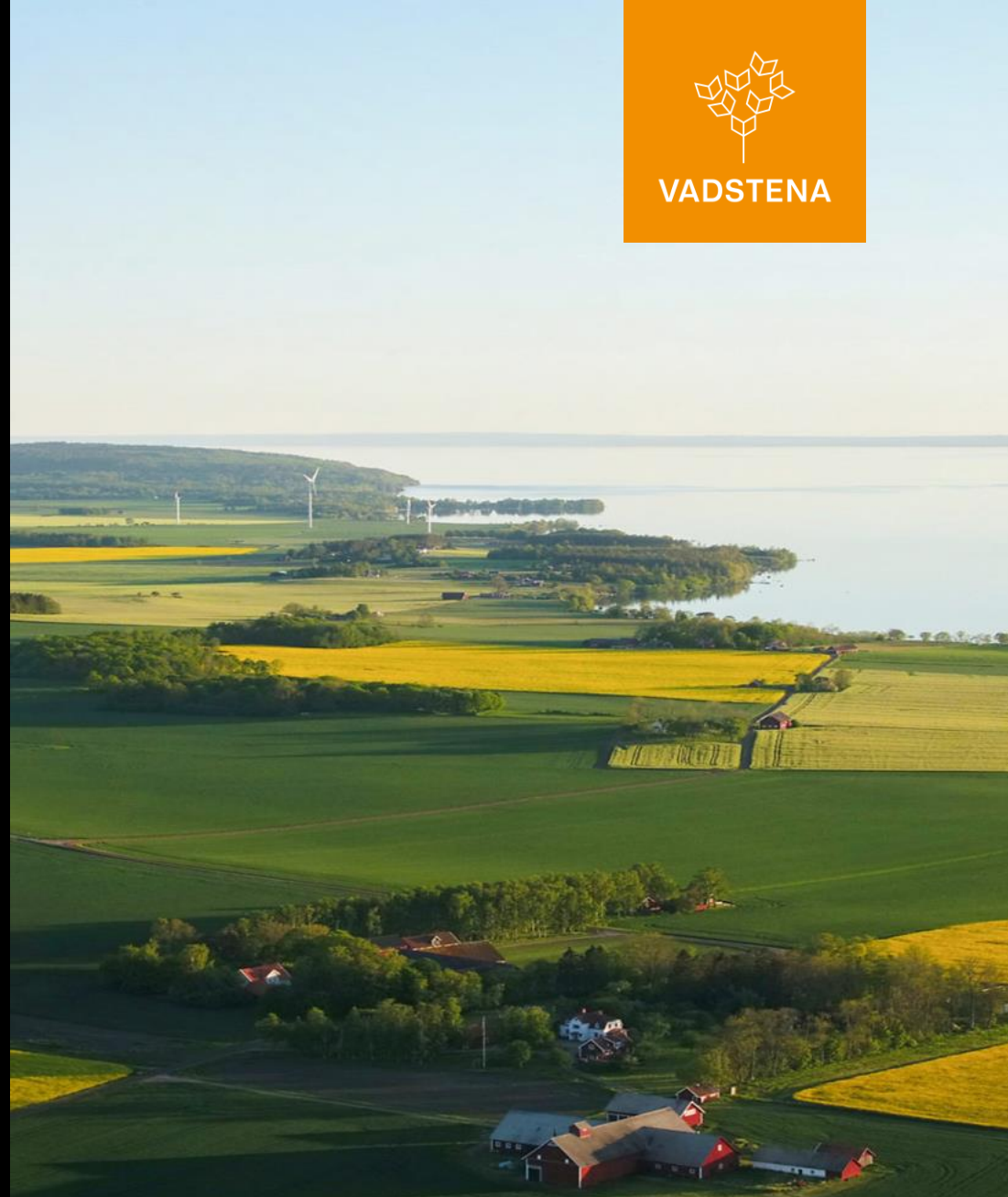
- Renovering av alla skolor
- Nya bostadsområden
- Birgittaområdets framtid
- Ny vårdcentral
- Ny räddningscentral
- Nytt äldreboende
- Förtätning – privata bostadsinitiativ
- Hamnområdet utvecklas
- Nytt centralkök/beredskapskök
- Ny översiktsplan med ytterligare verksamhetsmark och bostäder



# Välkommen till Vadstena!

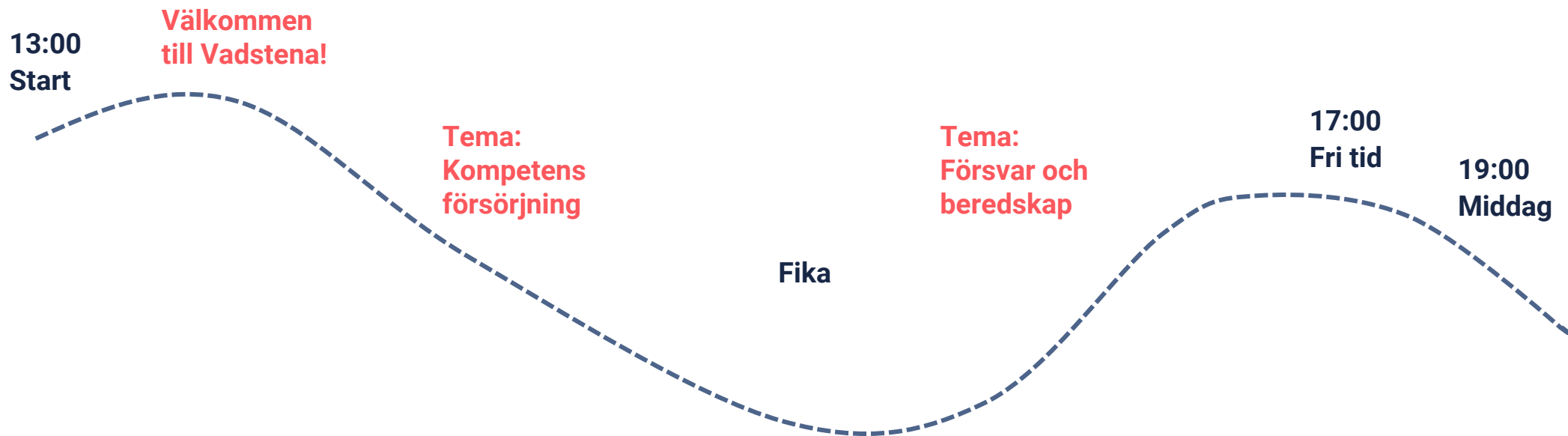
Vadstena sjuder av liv och erbjuder trygga och goda boendemiljöer samt möjligheter till jobb, utbildning och service. Här är det lätt att göra hållbara val och den kommunala verksamheten är drivande i utvecklingen mot ett robust samhälle. Tillsammans med näringslivet skapas många attraktiva arbetstillfällen och hållbart företagande.

Översiktsplanen 2040



VADSTENA  
KOMMUN

# Hålltider





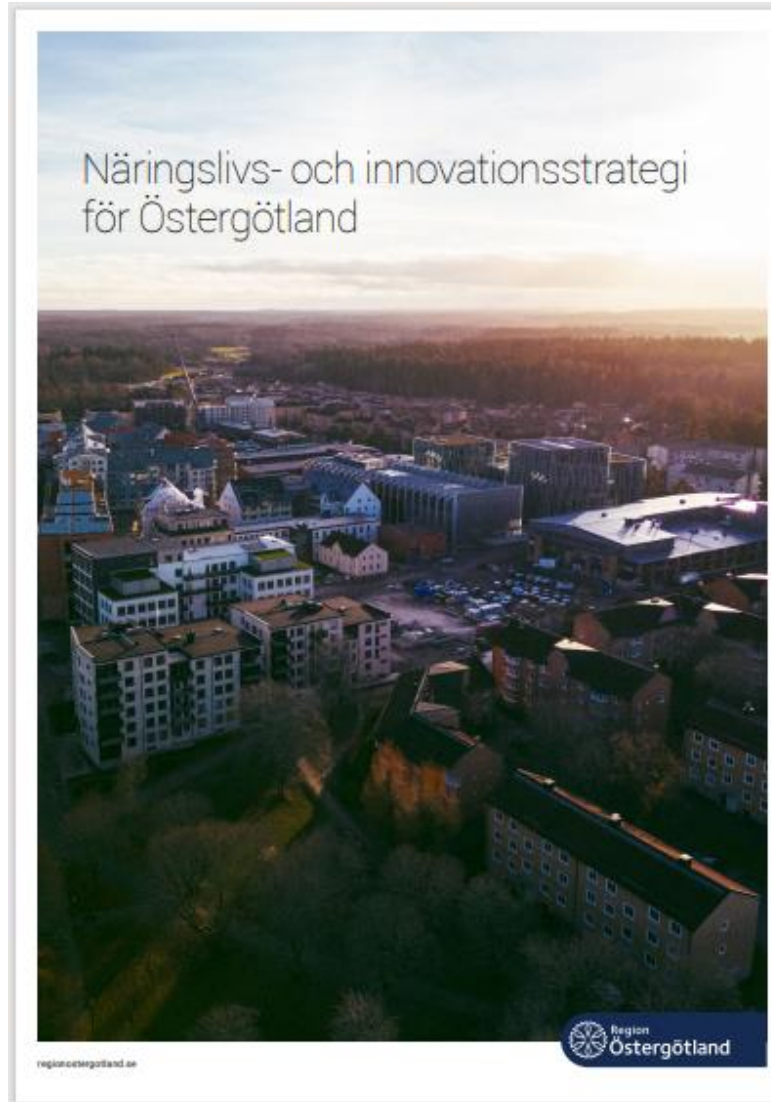
# Näringslivs- och innovationsstrategi för Östergötland

Kompetensförsörjningsstrategi  
för Östergötland



+

Näringslivs- och innovationsstrategi  
för Östergötland



= SANT



Rätt kompetens för ett starkt Östergötland!

# Näringslivs- och innovationsstrategi för Östergötland

**Mål** Ett konkurrenskraftigt och robust näringsliv som bidrar till ett resiliert och hållbart samhälle

## HANDLINGSPLAN

### Företagsutveckling

**Delmål 1** Främja företagande i alla faser

### Investering och etablering

**Delmål 2** Främja Östergötland som en attraktiv plats för näringslivet

### Kompetensförsörjning

**Delmål 3** Främja kompetensförsörjning utifrån näringslivets behov

### Innovation

**Delmål 4** Främja innovationskapaciteten i Östergötland

## FÄRDPLANER

### Visuell intelligens och sammankopplade teknologier

**Delmål 5** Främja avancerad digital kapacitet

### Innovativa material och produktionsmetoder

**Delmål 6** Främja hållbar materialutveckling och produktionsomställning

### Hållbara systemlösningar och miljöteknik

**Delmål 7** Främja kommersialiserbara miljölösningar

# Näringslivs- och innovationsstrategi för Östergötland



regionostergotland.se



## Strategiska områden



## Kraftsamlings

- 
- 1. Smart industri**
  - 2. Morgondagens energilösningar**
  - 3. Life Science, välfärdsteknik och e-hälsa**
  - 4. Hållbar livsmedelsförsörjning**
  - 5. Civila och militära synergier**
  - 6. Område X, Y, Z**

## Styrkeområden

# Kompetensattraktion, employerability och inkluderande arbetsgivare





# “Kompetensattraktion Östergötland”

Ett pilotprojekt inom ramen för  
Work in Sweden

Projektledare  
Annelie Iggström

Hur hittar vi kompetens och  
arbetskraft som räcker till  
för hela arbetsmarknaden  
och näringslivets tillväxt  
- nu och framåt?



# Projekt 'Kompetensattraktion Östergötland'

- Projektet undersöker hur vi kan **Attrahera - Etablera - Behålla** internationell kompetens i Östergötland.
- Målet är att skapa en gemensam grund för hur näringslivet i Östergötland **bättre kan tillvarata internationell talang** som en del av sin kompetensförsörjning, och hur vi hittar ett gemensamt mottagande.
  - Stärka förutsättningar för Internationell rekrytering, och individers etablering i regionen.
  - Rekrytera individer som redan finns här  
(*Studenter/Flyktingar/"Medföljande"*)
- Projektet Kompetensattraktion Östergötland är en del av Tillväxtverkets nationella initiativ **Work in Sweden** i samarbete med **Tillväxtverket**



I SAMARBETE MED



Varför behöver vi prata om internationell rekrytering?  
*(Eller att ta tillvara på internationell kompetens som redan finns här..?)*

**Den demografiska utmaningen =**  
Åldrande befolkning +  
Minskat barnafödande

**Stor konkurrens om arbetskraft –**  
i Sverige och Europa

Inte OM.  
Inte NÄR.  
- HUR?



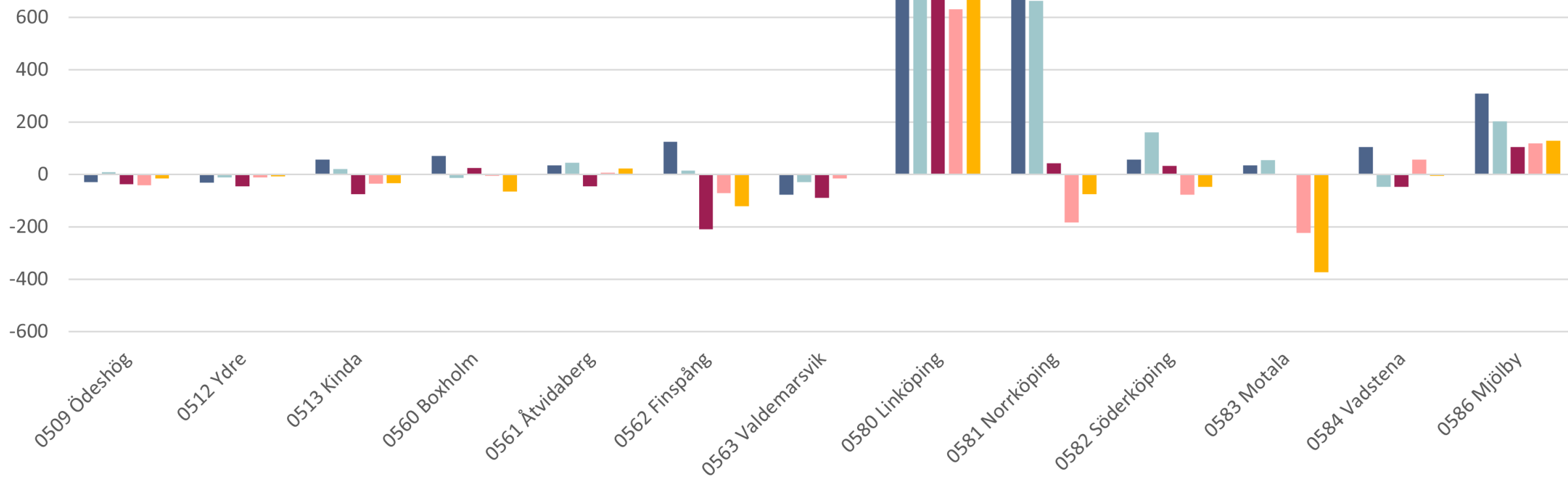
I SAMARBETE MED

Befolkningsstatistik, antal personer efter förändringar, period, region och år

|                      |                   | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------|-------------------|------|------|------|------|------|
| folkökning hela året | 0509 Ödeshög      | -29  | 8    | -38  | -42  | -16  |
|                      | 0512 Ydre         | -31  | -12  | -46  | -11  | -7   |
|                      | 0513 Kinda        | 57   | 20   | -76  | -35  | -33  |
|                      | 0560 Boxholm      | 71   | -14  | 25   | -6   | -66  |
|                      | 0561 Åtvidaberg   | 35   | 44   | -46  | 7    | 23   |
|                      | 0562 Finspång     | 124  | 14   | -209 | -71  | -121 |
|                      | 0563 Valdemarsvik | -77  | -30  | -89  | -16  | 1    |
|                      | 0580 Linköping    | 911  | 1146 | 731  | 631  | 679  |
|                      | 0581 Norrköping   | 980  | 662  | 43   | -183 | -76  |
|                      | 0582 Söderköping  | 57   | 161  | 33   | -78  | -48  |
|                      | 0583 Motala       | 34   | 54   | 0    | -223 | -374 |
|                      | 0584 Vadstena     | 105  | -47  | -47  | 56   | -6   |
|                      | 0586 Mjölby       | 309  | 202  | 105  | 119  | 128  |

## Folkökning kommun 2021-2025

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

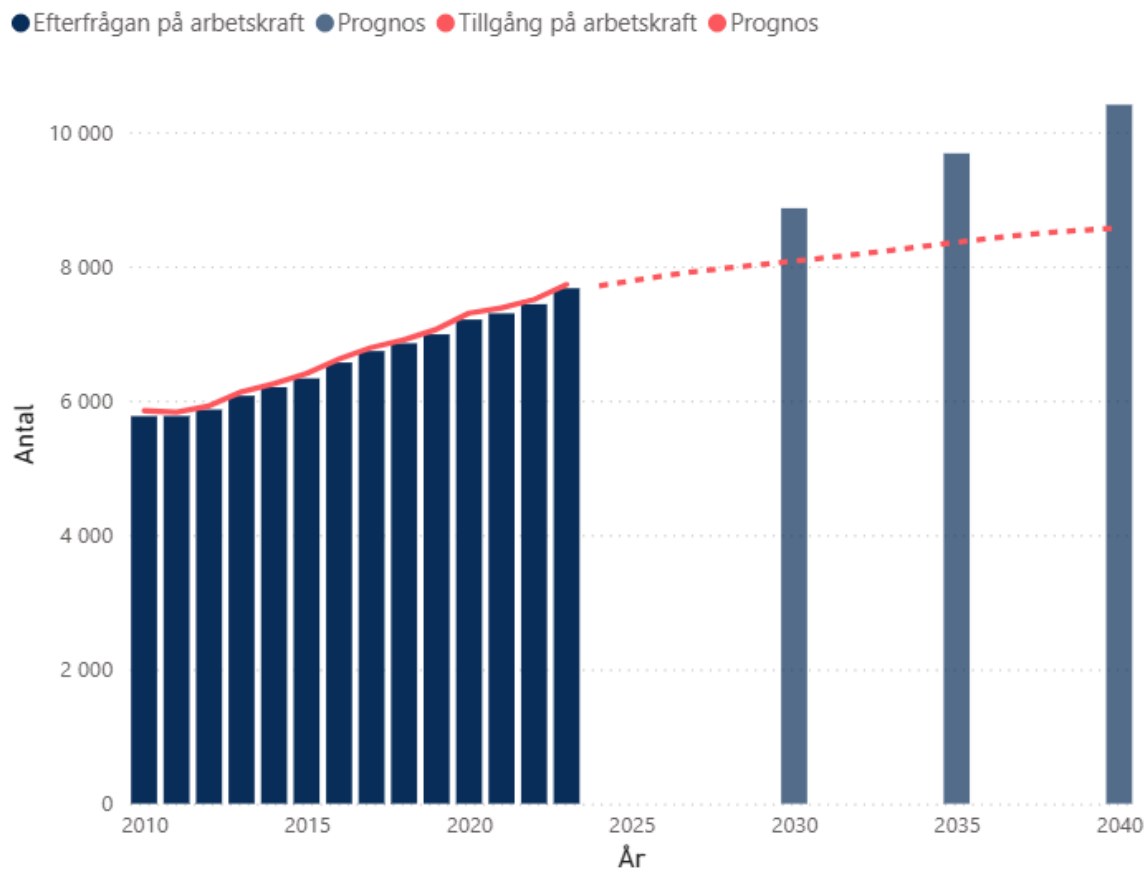


## Välj utbildning:

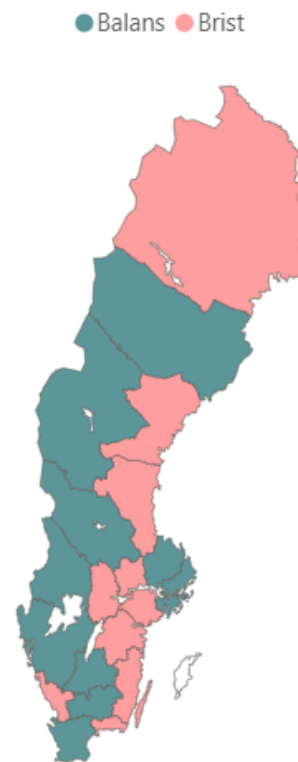
- ▾ Gymnasial utbildning
  - Barn- och fritidsutbildning – gymnasial
  - Byggutbildning – gymnasial
  - El, data- och kommunikationsteknik, auto...
  - Fordonsutbildning – gymnasial
  - Försäljnings- och serviceutbildning – gymn...
  - Högskoleförberedande utbildning
  - Industriteknisk utbildning – gymnasial
  - Naturbruksutbildning – gymnasial
  - Restaurang- och livsmedelsutbildning – gy...
  - Transportutbildning – gymnasial
  - VVS, energi, drift och underhåll – gymnasial
  - Vård- och omsorgsutbildning – gymnasial
- Humaniora, samhällsvetenskap, ekonomi
- Hälsa- och sjukvård, social omsorg
- ▾ Lärarutbildning
  - Förskollärarytbildning
  - Grundlärarytbildning, fritidshem
  - Grundlärarytbildning, årskurs F-3 och 4-6
  - Speciallärar- och specialpedagogutbildning
  - Yrkeslärarytbildning
  - Ämneslärarytbildning
- ▾ Teknik, data, naturvetenskap
  - Biologi och miljö – eftergymnasial, minst 3 ...
  - Civilingenjörsutbildning

## Civilingenjörsutbildning

### Brist år 2040



### Bedömning av arbetsmarknadsläget 2040



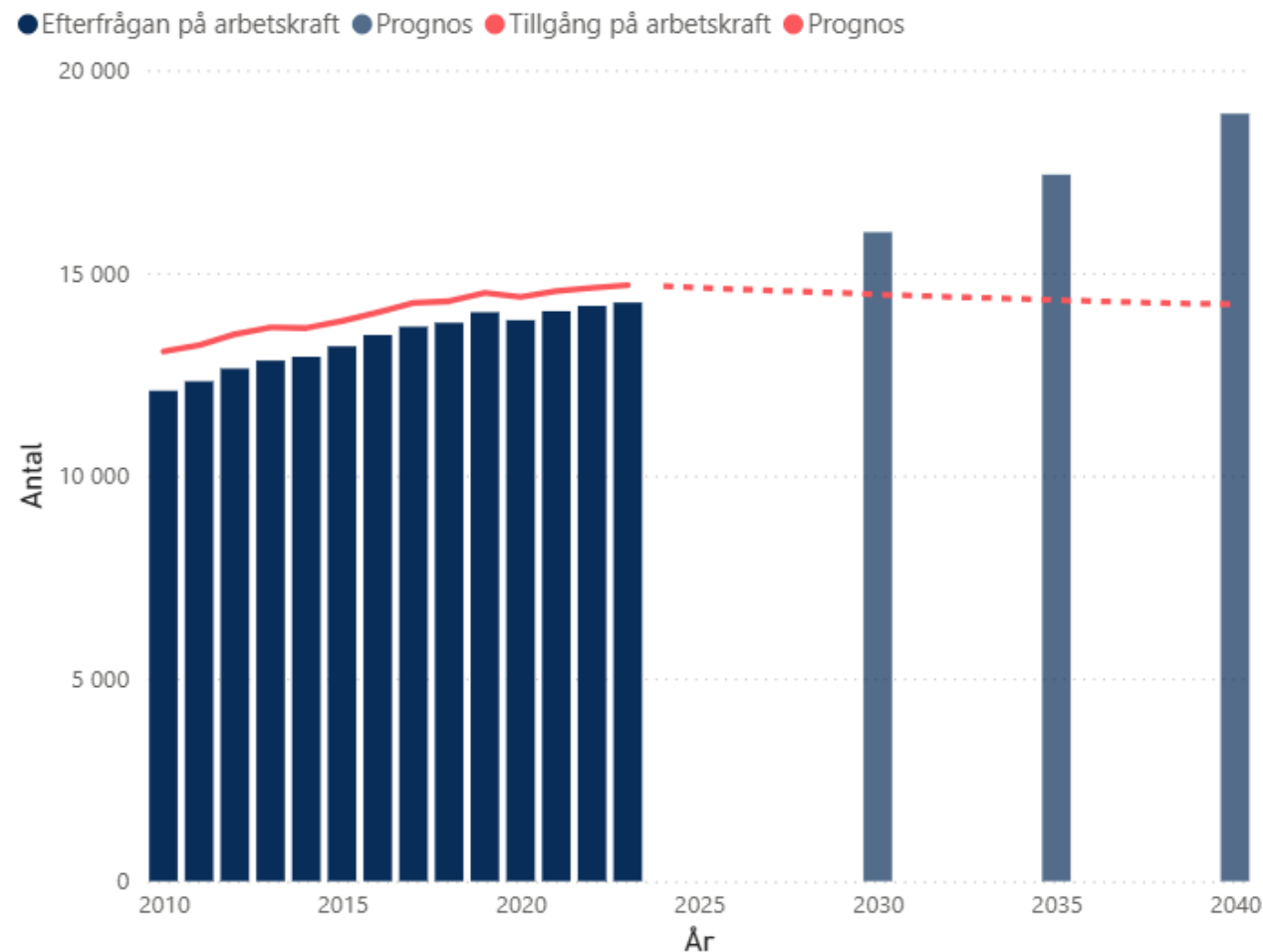
## Välj utbildning:

### ▾ Gymnasial utbildning

- Barn- och fritidsutbildning – gymnasial
  - Byggutbildning – gymnasial
  - EI, data- och kommunikationsteknik, auto...
  - Fordonsutbildning – gymnasial
  - Försäljnings- och serviceutbildning – gymn...
  - Högskoleförberedande utbildning
  - Industriteknisk utbildning – gymnasial
  - Naturbruksutbildning – gymnasial
  - Restaurang- och livsmedelsutbildning – gy...
  - Transportutbildning – gymnasial
  - VVS, energi, drift och underhåll – gymnasial
  - Vård- och omsorgsutbildning – gymnasial**
- ### ▾ Humaniora, samhällsvetenskap, ekonomi
- Ekonomutbildning – eftergymnasial, minst ...
  - Humanistisk utbildning – eftergymnasial, ...
  - Journalistik och medievetenskap – eftergy...
  - Juristutbildning
  - Konstnärlig utbildning – eftergymnasial
  - Medicinsk sekreterarutbildning
  - Medieproduktion – eftergymnasial
  - Personal- och beteendevetenskap, sociolo...
  - Samhällsvetenskaplig utbildning – eftergy...
  - Yh-utbildning i företagsekonomi, handel, a...
- ### ▾ Hälso- och sjukvård, social omsorg

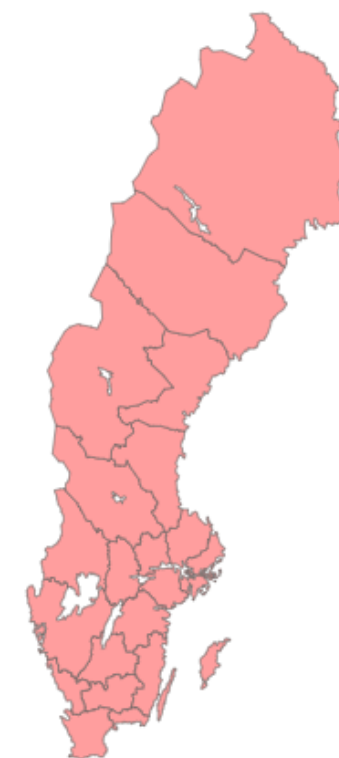
## Vård- och omsorgsutbildning – gymnasial

### Brist år 2040



### Bedömning av arbetsmarknadsläget 2040

● Brist

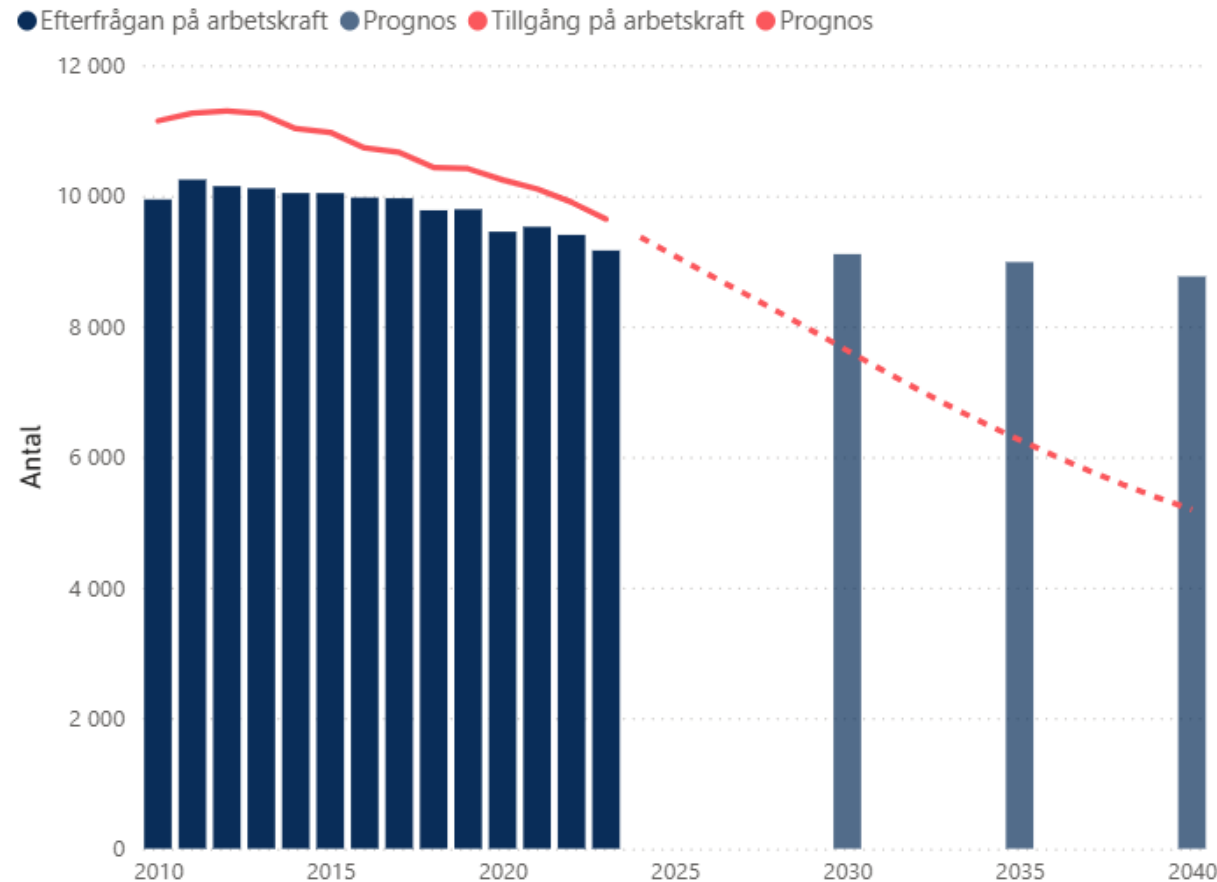


## Välj utbildning:

- Gymnasial utbildning
  - Barn- och fritidsutbildning – gymnasial
  - Byggutbildning – gymnasial
  - EI, data- och kommunikationsteknik, auto...
  - Fordonsutbildning – gymnasial
  - Försäljnings- och serviceutbildning – gymn...
  - Högskoleförberedande utbildning
  - Industriteknisk utbildning – gymnasial
  - Naturbruksutbildning – gymnasial
  - Restaurang- och livsmedelsutbildning – gy...
  - Transportutbildning – gymnasial
  - VVS, energi, drift och underhåll – gymnasial
  - Vård- och omsorgsutbildning – gymnasial
- Humaniora, samhällsvetenskap, ekonomi
  - Ekonomutbildning – eftergymnasial, minst ...
  - Humanistisk utbildning – eftergymnasial, ...
  - Journalistik och medievetenskap – eftergy...
  - Juristutbildning
  - Konstnärlig utbildning – eftergymnasial
  - Medicinsk sekreterarutbildning
  - Medieproduktion – eftergymnasial
  - Personal- och beteendevetenskap, sociolo...
  - Samhällsvetenskaplig utbildning – eftergy...
  - Yh-utbildning i företagsekonomi, handel, a...
- Hälso- och sjukvård. social omsorg

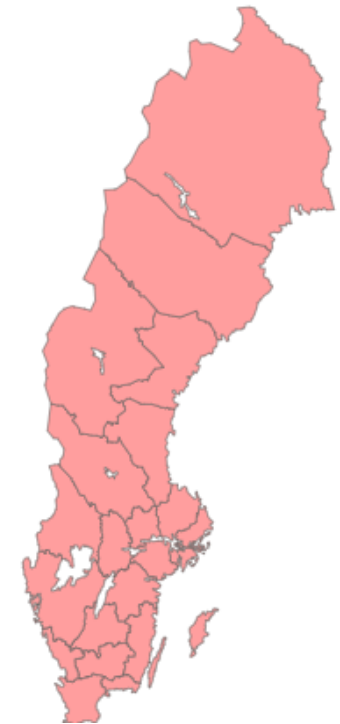
## Industriteknisk utbildning – gymnasial

Stor brist år 2040



Bedömning av arbetsmarknadsläget 2040

● Brist



**SIEMENS**

Norrköping

**HOLMEN**

**ERICSSON**



Linköping



**SAAB**

**SECTRA**

**TOYOTA**

MATERIAL HANDLING

**VÄDERSTAD**

**rimaster**  
-ability to create simplicity

# Kompetensattraktion/mottagarkapacitet Östergötland – Vem gör vad?

Platsvarumärket  
Östergötland

Ev. Digital HUB/Webbplats/  
Samlad informationskanal

Ev. Koordinerande  
lotsfunktion? / +Talangpool?

RU

## Lokalt/kommunalt perspektiv – Leva/Bo – Inflyttarservice

Kommun  
Bostadslöfte till studenter

Nytt:  
"Karriärlöftet" –  
Kårservice/NOSP/LIU  
Kommun/Handelskammaren

Kommun  
Samverkansavtal  
med de tre största  
arbetsgivarna

Kommun

Kommun  
Vid stor etablering/  
alt bolag i snabb  
tillväxt – Vad behövs i  
en regional kontext?

Kommun  
Webbplats på eng  
Inflyttarservice  
Inflyttarguide/eng  
Gränslös frukost

# En viktig del - Arbetsgivarperspektivet

Är näringslivet redo för internationell kompetens och arbetskraft?

- Internationella studenter
- Medföljande till rekryterade
- Flyktingar/Inflyttade

Vilka utmaningar upplever arbetsgivarna, och vad kan vi i systemet ge för stöd?



## Bootcamp: Internationell spetskompetens i praktiken

A photograph showing a group of people in a meeting room, with a blue and purple color overlay. They are sitting around a table, looking at laptops and documents.

| Details                  |   |
|--------------------------|---|
| <b>Time</b>              | 21 april, 09:00-12:00                                       |
| <b>Location</b>          | Spektrum, Ebbepark<br>Fridtunagatan 41, 582 13<br>Linköping |
| <a href="#">Signup →</a> |   |

# Kompetensattraktion, employerability och inkluderande arbetsgivare



An aerial photograph of a city, likely Copenhagen, with a teal color overlay. The image shows a dense urban landscape with various buildings, including a prominent church with a tall spire on the right. The sky is filled with soft, white clouds.

# Hur vi tillsammans kan stärka arbetsgivarförmågan i regionen

**Sandra Slotte**  
Senior konsult  
Doktorand

ESBR Aktörskonferens 14-15.4.2026


Future Place  
Leadership™

# Varför just jag?

- Arbetat länge med det nationella Talent Boost programmet i Finland
- Doktorand med fokus på arbetsgivarförmåga och stöd från övriga aktörer för att anställa internationella talanger i mikro och småföretag
- Talare i Sverige, Norge, Danmark, Litauen och Tyskland
- Projekt kring arbetsgivarförmåga i Finland, Danmark, Nederländerna, Tyskland och Italien



**WORK IN  
FINLAND**

 **Work in Norway**  
The Official Guide

Work in  
**Iceland**

**Work in Sweden**

**WORK IN DENMARK**

**Work in  
Lithuania**

**work in estonia**

**Work in Riga**

**WORK IN AUSTRIA**

**WORK IN CZECH**

 **Work in holland** .com

**CYPRUSWORK**

*Make it in Germany*

Working in Germany: the official website  
for qualified professionals

 **JOBS FOR  
UKRAINE**

**WORKFROMGREECE.GR**

# Konkurrens på flera nivåer



# Vem pratar vi om?

”Talanger”



Bild av Mae Mu på Unsplash

Nyanlända, invandrare, flyktingar och asylsökande



Bild av Ann på Unsplash

Future Place  
Leadership™

# Vad signalerar vi?



Bild av Hennie Stander på Unsplash



Bild av Sam Davis på Unsplash



Bild av Resume Genius på Unsplash

## EMPLOYABILITY

Achievements, skills,  
and personal attributes  
that make you  
“employable”

## ANSTÄLLNINGSBARHET

Future Place  
Leadership™

# ERROR 404



Oh No

Looks Like You Tried to Fix What was Not Broken

Bild av Degraphe on Medium 21.4.2025

Future Place  
Leadership™



Microsoft Copilot 24.2.2025 med prompten: "Create an image of students interviewing an employer."

## EMPLOYER-ABILITY

The willingness and ability of employers to employ and retain international talents

(Slotte, 2025)

# ARBETSGIVARFÖRMÅGA

Future Place  
Leadership™



Bild av Stephan Louis på Unsplash



Bild av City Church CA på Unsplash

FÖRMÅGA  
KAN LÄRAS UT

HUR ÄR DET MED VILJA?

Future Place  
Leadership™

# Hinder i Sverige

## Svenska företag har svårt att få internationell kompetens

”Företagens främsta svårigheter med att attrahera, rekrytera och behålla personer med internationell kompetens innefattar:

- tillståndsprocesser som är tids- och resurskrävande
- en expertskatt som inte är konkurrenskraftig
- en bostadsmarknad som förhindrar långsiktig integrering
- en bristande tillgång till internationella skolor
- svårigheter för medföljande
- en försämrad Sverigebild och problem med att kommunicera Sveriges attraktivitet.”

(Svenskt Näringsliv, 2023, sida 10)



## Företagens behov av internationell kompetens

– SÅ VINNER SVERIGE KAMPEN OM TALANGERNA  
FEBRUARI 2023

# SCB rapport 2025

“Av samtliga arbetsställen hade 45 procent upplevt rekryteringsproblem det senaste halvåret [...]”  
(En annan SCB rapport 2025)

“Problem med att hitta kompetenta kandidater inom landet tycks inte vara en drivkraft bakom internationell rekrytering.”

”Det är lika vanligt att rekrytera direkt från utlandet som att anställa personer som nyligen kommit till Sverige, men mindre vanligt att anställa inresande studenter som tagit examen i Sverige.”

”Intresset för internationell rekrytering i framtiden är begränsat.”

## Erfarenheter av internationell rekrytering bland små och medelstora företag

Delrapport i regeringsuppdraget Work in Sweden



# Hinder i Finland

- Arbetsuppgifterna kräver modersmålsnivå i inhemska språk
- Kunder och/eller myndigheter kräver kunskaper i inhemska språk
- Lagstiftning och tillstånd
- Det är svårare / dyrare att rekrytera / hyra internationella talanger
- Att ta till sig arbetsplatsens spelregler / anpassning till arbetsgemenskapen
- Arbetsgemenskapen har inte tillräckliga språkkunskaper (i engelska)
- Arbetsgemenskapen är inte förberedd på mångkulturalism
- Kvaliteten eller lämpligheten på tillgängliga bemanningstjänster
- Att identifiera kompetens (utländska examina eller arbetslivserfarenhet)
- Familjerelaterade eller privata orsaker (t.ex. utmaningar för medarbetarens partner att hitta arbete)
- Nuvarande personalens attityder och motstånd / Vi vill inte rekrytera / hyra internationella talanger

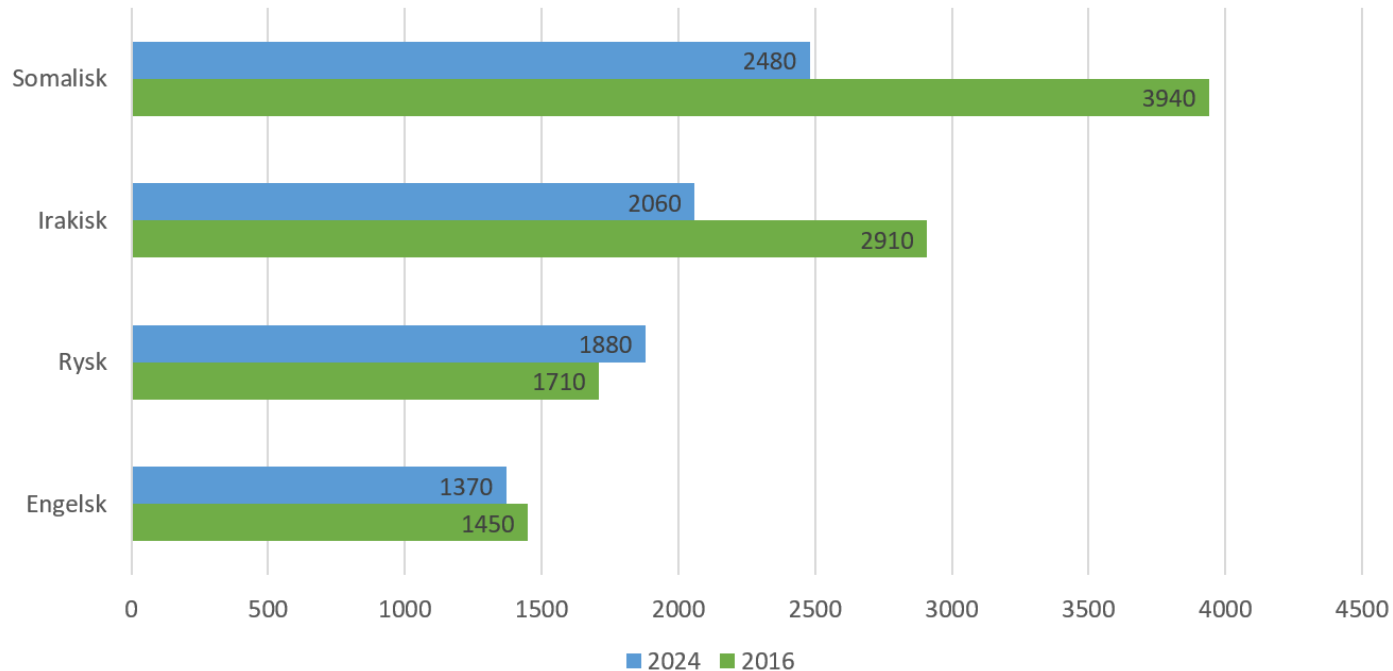
# Stöd i Finland

- Ekonomiskt stöd för rekrytering / språkutbildning
- Språkkurser i finska
- Arbetstillståndstjänster / smidigare tillståndsprocesser
- Utbildning eller vägledning inom rekrytering / handledning / av internationella talanger och mångfald och inkludering
- Extern arbetskraft
- Konsulttjänster, t.ex. nulägesbedömning och kulturellt stöd
- Hjälp med att identifiera utländska examina eller kompetenser
- Etableringstjänster (t.ex. hjälp med att hitta bostad, lokalregistrering och hjälp med att assistera arbetstagarens familj)
- Familjeåterförening för internationell arbetskraft
- Smidigare vardagstjänster (t.ex. öppna bankkonto, få skattekort)
- Engelskspråkig dagvård och utbildning för barn

# Är språk det största **verkliga** hindret?

Jämförelse av antal ansökningar som behöver skickas av en lika kvalificerad kandidat med immigrantbakgrund för att uppnå samma mängd arbetsintervjuer som en finsk kandidat per 1,000 arbetsansökningar 2016 och 2024.

Diagram baserat på den ursprungliga källan: Ahmad, A. (2025). A Comparative Analysis of the Reception of Immigrants into Finnish Working Life in 2016 and 2024. Ministry of Economic Affairs and Employment. Sida 53.



**Sverige:** Vernby, K., & Dancygier, R. (2019). Can immigrants counteract employer discrimination? A factorial field experiment reveals the immutability of ethnic hierarchies. *PLoS ONE*14(7): e0218044. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218044>

**Norge:** Larsen, E.N., & Midtbøen, A.H. (2024). Det etniske hierarkiet: Diskriminering på grunnlag av landbakgrunn, religion og hudfarge i det norske arbeidsmarkedet. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 65(4), 207-226. <https://doi.org/10.18261/tfs.65.4.1>

# Diskrimineringsområden i arbetslivet

- Rekrytering och anställningsvillkor
- Löner
- Arbetsförhållanden
- Kompetensutveckling
- Karriärutveckling



Bra resurs: Delmis rapport *Etnisk diskriminering i rekryteringsprocesser – orsaker och åtgärder*  
<https://www.delmi.se/publikationer/kunskapsaversikt-2024-14-etnisk-diskriminering-i-rekryteringsprocesser/>

# Varför stannar internationella talanger inte?

- Oklara förväntningar, roller och karriärstigar
- Brist på stöd från eller kulturskillnader i ledarskap
- Känsla av utanförskap i vardagen

Oftast är det inte fråga om illvilja, utan om att det inte upplevs som tillräckligt viktigt.

Företag förlorar in internationella talanger av en enda anledning, utan av många små, återkommande signaler.

[Digital Hub Denmark Exit Interviews Report 2025](#)

[Copenhagen Capacity Expat Survey 2025](#)

[E2 Tutkimus Ulkomaalaisten työntekijöiden rekrytointi: pullonkaulat ja hyvät käytännöt 2024](#)

[E2 Tutkimus Ulkomaalaiset osaajat Suomessa: työelämä, arki ja osallisuus 2022](#)



Bild av Nik på Unsplash

# VI VILL HELST ANSTÄLLA OSS SJÄLVA

Nordiska arbetsgivare och  
system är i nuläge inte  
lämpade för internationell  
rekrytering



Bild av Olegs Jonins på Unsplash

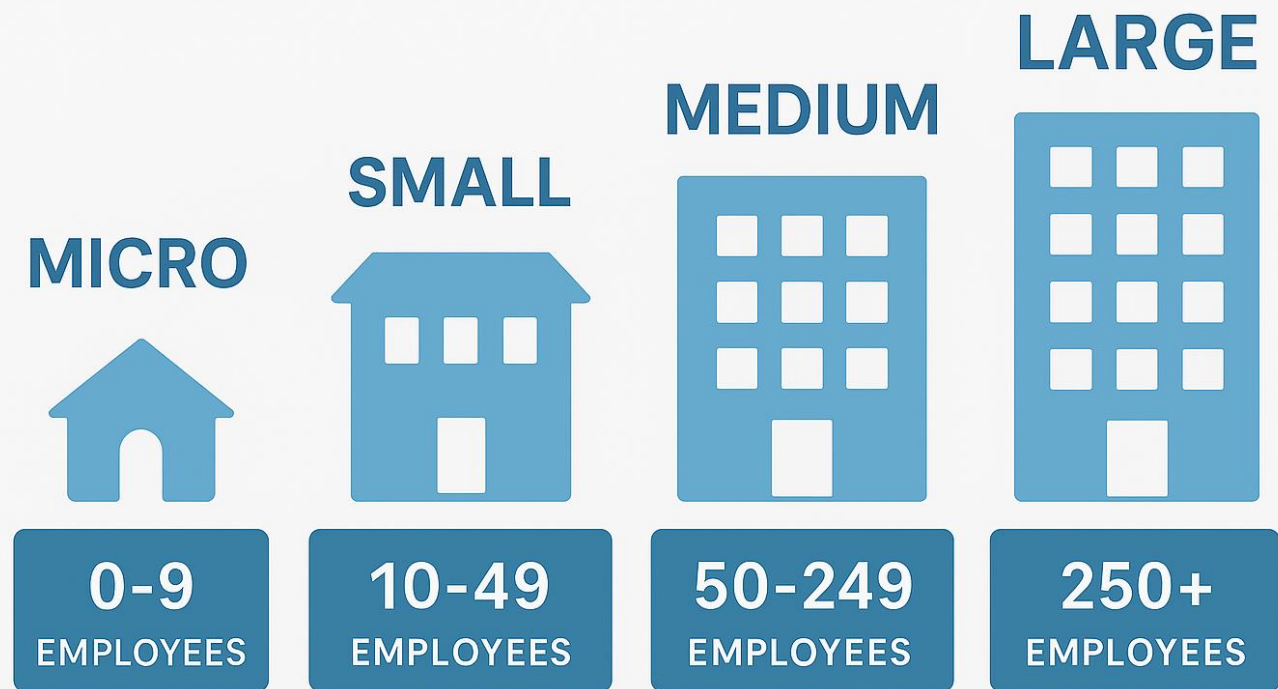
# Arbetsgivares känslor

- Hot mot det 'normala' (Risberg & Romani, 2022)
  - Förändringsmotstånd
  - Risk för förlorad produktivitet
  - Konflikträdsla
- 
- “Det är inte ett problem”
  - “Det är inte vårt problem”
  - “Men andra problem då?”

(Shakkarwar, 2024)

- Frustration när kulturella missförstånd stör arbetsflödet
- Skuld när man oavsiktligt exkluderar anställda från sociala och professionella nätverk

[Emotional Health Project](#)



Definition by European Commission  
Infographic made with MS Copilot 8.9.2025

99% av svenska företag är mikro och små (MSEs)

De sysselsätter 41% av arbetskraften

94% av svenska företag är mikro

De sysselsätter 23% av arbetskraften

# SPELAR STORLEKEN ROLL?

# Social hållbarhet

Arbetsgivarförmåga är social hållbarhet i praktiken:

- Främja mångfald och inkludering
  - Etisk och ansvarsfull rekrytering
  - Gäller både egna företaget och hela leveranskedjan
  - Stötta lokalsamhället
- 
- EU Corporate Social Responsibility Directive (CSRD)
  - Voluntary Reporting Standard for SMEs (VSME)



“Vi har inte  
resurser.”

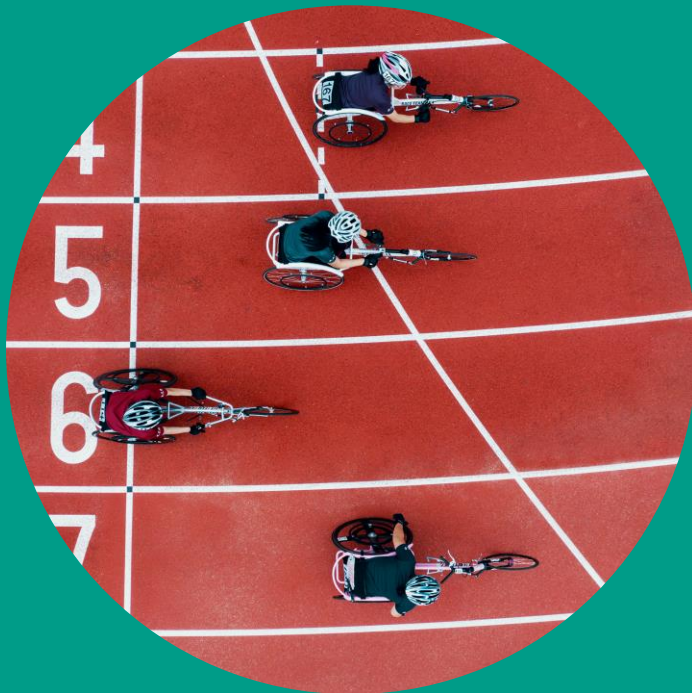


# Arbetsgivarfärdigheter handlar inte om resurser – utan om attityder



Det som anses vara viktigt och värt allokering av resurser.

# Arbetsgivarförmåga är inte mer arbete – det är riskhantering och konkurrensfördelar



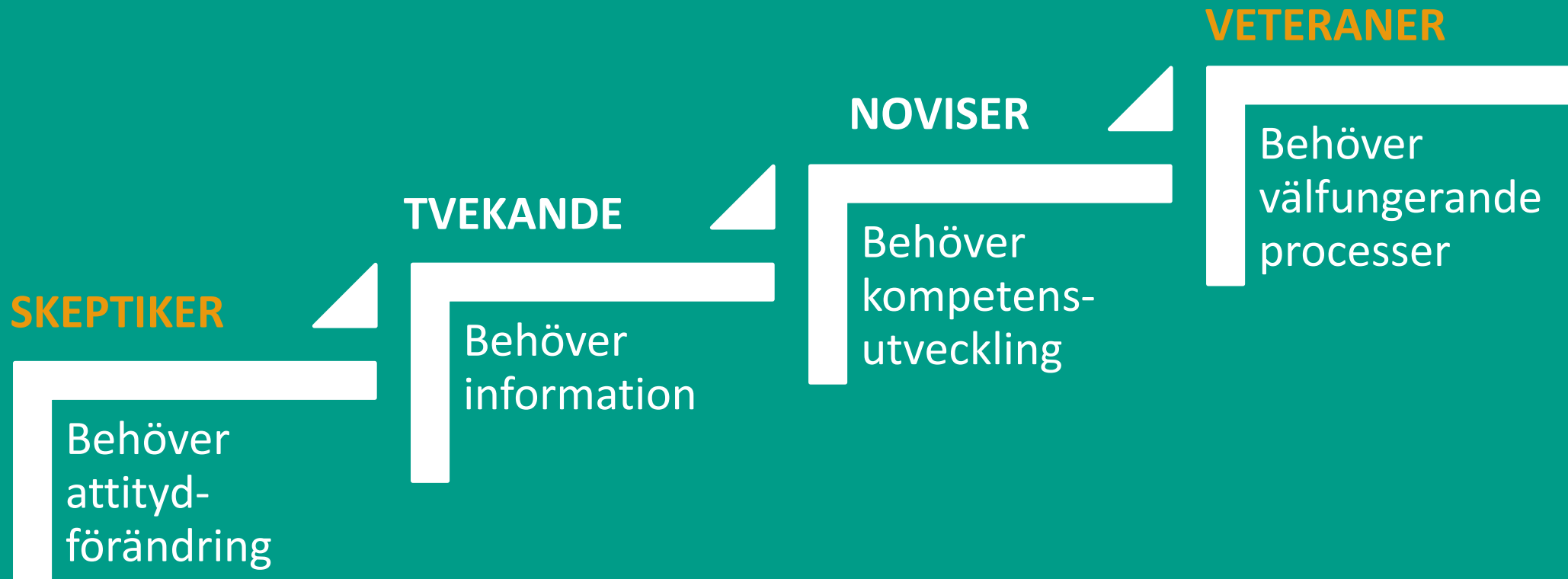
- Rekrytering är dyrt, men en förlorad medarbetare är ännu dyrare
- Ifall löften om socialt ansvar och vardagen inte stämmer överens, sprider sig ryktet snabbt

Förändringar på arbetsplatsen i.o.m. internationella medarbetare:

- Medarbetarnas attityder har blivit mer toleranta
- Stämningen i arbetsgemenskapen har blivit bättre
- Företagets förmåga att betjäna olika kunder har stärkts
- Arbetsgemenskapens spelregler har förtydligats
- Företagets förmåga att rekrytera talanger de behöver har stärkts
- Medarbetarnas förmåga att finna nya lösningar har förbättrats

Företagarna i Finland: [Yrittäjägallup Joulukuu 2025 - Maahanmuuttajien palkkaaminen](#)

# Arbetsgivarnas beredskap och behov av stöd



Baserad på Raunio's (2023) anpassning av Lovio & Samberg (2021).



Bild av Neil Thomas på Unsplash

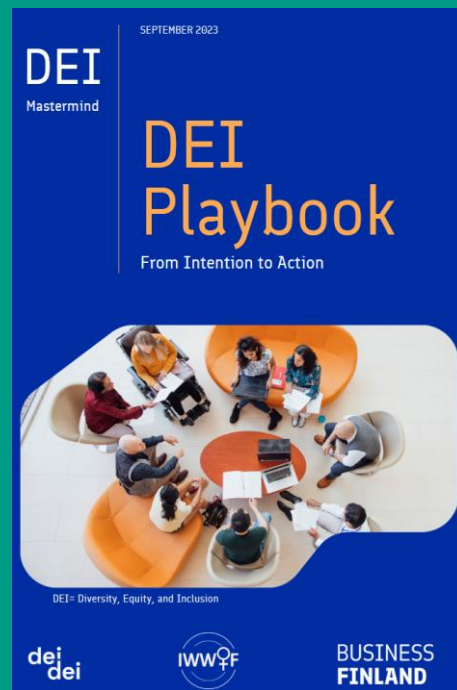
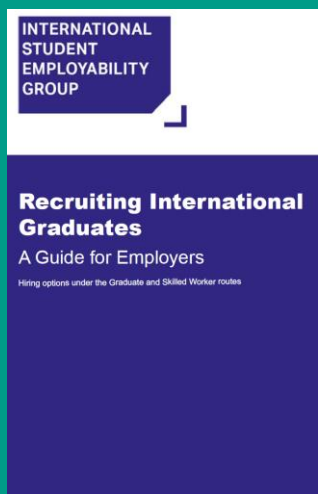
- Ekonomiska incitament
- Öka medvetenhet om fördelarna
- Kamratstöd
- Tillståndsprocesser
- Praktiska verktyg
- Matchning
- AI jobbportaler
- Utbildning i Employer branding
- Igenkännande av kompetenser och betyg
- Gratis och skräddarsytt praktiskt stöd
- Språkundervisning eller finansiering för det
- Stöd för integration och boende
- Sociala evenemang för anställda + familjer
- Stöd för medföljande

# HUR KAN VI STÖDJA DEM?

Future Place  
Leadership™



# GUIDER FÖR ARBETSGIVARE



# Uppfinn inte hjulet på nytt!

Future Place Leadership™

# Erasmus+ project INTERLOCALITY

## – Increased Local Employability of International Degree Students

### ONLINE STAFF TRAINING COURSES

3 Training Courses on Guidance&Counselling, Intercultural Sensitivity, Employer-Ability are developed by INTERLOCALITY project, in order to support HEI, SMEs and Third Sector's staff in the local employability and retention of international students.

#### Employer-ability



Start the course

- ✂ Employer Readiness Scan
- 📖 Guide for Successful Internships
- 🗣 Language Inclusive Recruitment Guide
- 📄 A short guide for employers

Download course files

#### Guidance & Counselling



Start the course

Download course files

#### Intercultural Sensitivity



Start the course

Download course files



Co-funded by  
the European Union

## Employer Readiness Scan

### Introduction

Welcome to this self-evaluation employer readiness scan for recruitment, onboarding, and retention of international students and graduates!

### Instructions

This self-assessment scan is designed to help you reflect on your organisation's current state regarding employer readiness. It helps you to identify actions you can take to be better prepared for attracting and retaining international students and graduates.

**Step 1:** Review each section of the self-assessment, which is divided into several key areas.

**Step 2:** For each question, determine which star rating (☆, ☆☆, ☆☆☆, ☆☆☆☆) best describes your organisation's status by answering the questions. The number of stars indicates the level of your current state and where improvement might be possible.

**Step 3:** If you answer "Yes" to a ☆ or ☆☆ question, then go on to the question of the next stage (number of stars) and answer that one.

If your answer is "No," review the suggestion for improvement and think about actions you can take to progress and improve the recruitment, onboarding, and retention of international talent.

### 1. Organisational commitment

- ☆ Have we acknowledged the importance of hiring international talent?
  - Yes.
  - No.
 

**Suggestion for Improvement:** Share success stories of other companies and talk about the benefits that they have gained by hiring international talent and what it could mean for your company.
- ☆☆☆ Do we communicate our commitment to hiring international talent both internally and externally?
  - Yes.
  - No.
 

**Suggestion for Improvement:** Start by creating messages that highlight the benefits of a diverse workforce and your organisation's dedication to inclusion.

## A short guide for employers recruiting international talent in local (EU) ecosystems

### Introduction

Recruiting and integrating international talent into a company might present more challenges than recruiting domestic professionals. If you intend to hire internationals or if you as an employer already have experience in recruiting, onboarding, and retaining international talent in your organisation, it is always valuable to review your processes to remain agile and successful.

This guide serves as a tool for you as an employer to consider the most important and relevant aspects when recruiting and onboarding international talent locally, including international students and graduates.

For the sake of completeness, the guide contains some points that apply to every hiring process, including domestic staff.

### Content overview

1. Ensure eligibility to work
2. Comply with labour laws
3. Obtain necessary permits and licenses
4. Provide necessary support (onboarding and retention)
5. Document and maintain accurate records
6. Key contacts to help
7. Conclusion

### Sources

## Language Inclusive Recruitment Guide

This content is an adapted version of the Family Federation of Finland's publication [Kielitietoinen rekrytointi ja työyhteisö – työkaluja työnantajalle kielitietoiseen ja inkluusiviseen työyhteisöön](#) available only in Finnish.

The content has been translated with DeepL Translator and adapted for an international audience with the permission of the original authors Gunta Ahlfors and Inka Saarela.

This comprehensive guide is designed to provide employers with practical strategies and insights on various aspects of language-aware recruitment. From determining the language level required for a job to conducting inclusive job interviews, this guide aims to equip employers with the knowledge and tools necessary to create an inclusive and diverse workforce.

### This guide:

- emphasises the importance of accurately determining the language level of a job for both candidate and employer,
- delves into the significance of incorporating diversity statements in job advertisements,
- provides insights on how employers can adopt an informed and inclusive approach when evaluating job applications that include foreign qualifications and work experience,
- emphasises the importance of recognising the value and relevance of these qualifications, ensuring that language skills and competency are accurately assessed,
- delves into the significance of open recruitment channels and explains how employers can leverage them to reach a more diverse talent pool,
- highlights the importance of embracing a wide range of platforms and resources to attract candidates from different linguistic and cultural backgrounds,
- offers a model for language-aware job interviews.

### Copyright

The content is an adapted translation of the Family Federation of Finland's publication by Gunta Ahlfors and Inka Saarela. The authors and the Family Federation of Finland own the copyrights to the content.

## Guide for Successful Internships for International Students

### Introduction

As an employer, offering internships can bring a multitude of benefits to your organisation. Not only do they provide an opportunity to attract young talent, but they also allow for fresh perspectives and ideas to be introduced to your company. Additionally, interns can support current employees and assist in completing tasks that may have been put on hold.

However, it's important to offer effective internships that benefit both the employer and the interns. As an employer, you have a responsibility to guide and mentor interns to ensure they are gaining valuable experience and skills, while also supporting their academic goals.

This Guide for Successful Internships for International Students has been developed within the Erasmus+ INTERLOCALITY project and is a stand-alone tool in the Skilled level of the Employer-ability course. The guide is designed to help you as an employer to create effective internships offering both you and the international students the best preconditions to succeed.

### Content overview

1. How does an internship differ from a regular job?
  2. The benefits of hosting interns
  3. How to define your internship goals
  4. Tips for recruiting and selecting the best interns
  5. Best practices for onboarding and training interns
  6. Guidelines for assigning tasks and projects to interns
  7. Strategies for providing feedback and evaluating intern performance
  8. Supporting international interns in achieving their academic goals
  9. Workplace guidance as an important aspect in the internship process
  10. Building a strong company culture that includes international interns
  11. Legal considerations for hosting internships
  12. Easy checklist to consider when offering internships
  13. Conclusion
- Sources  
Copyright



<https://www.interlocality.eu/resources>



**Co-funded by  
the European Union**

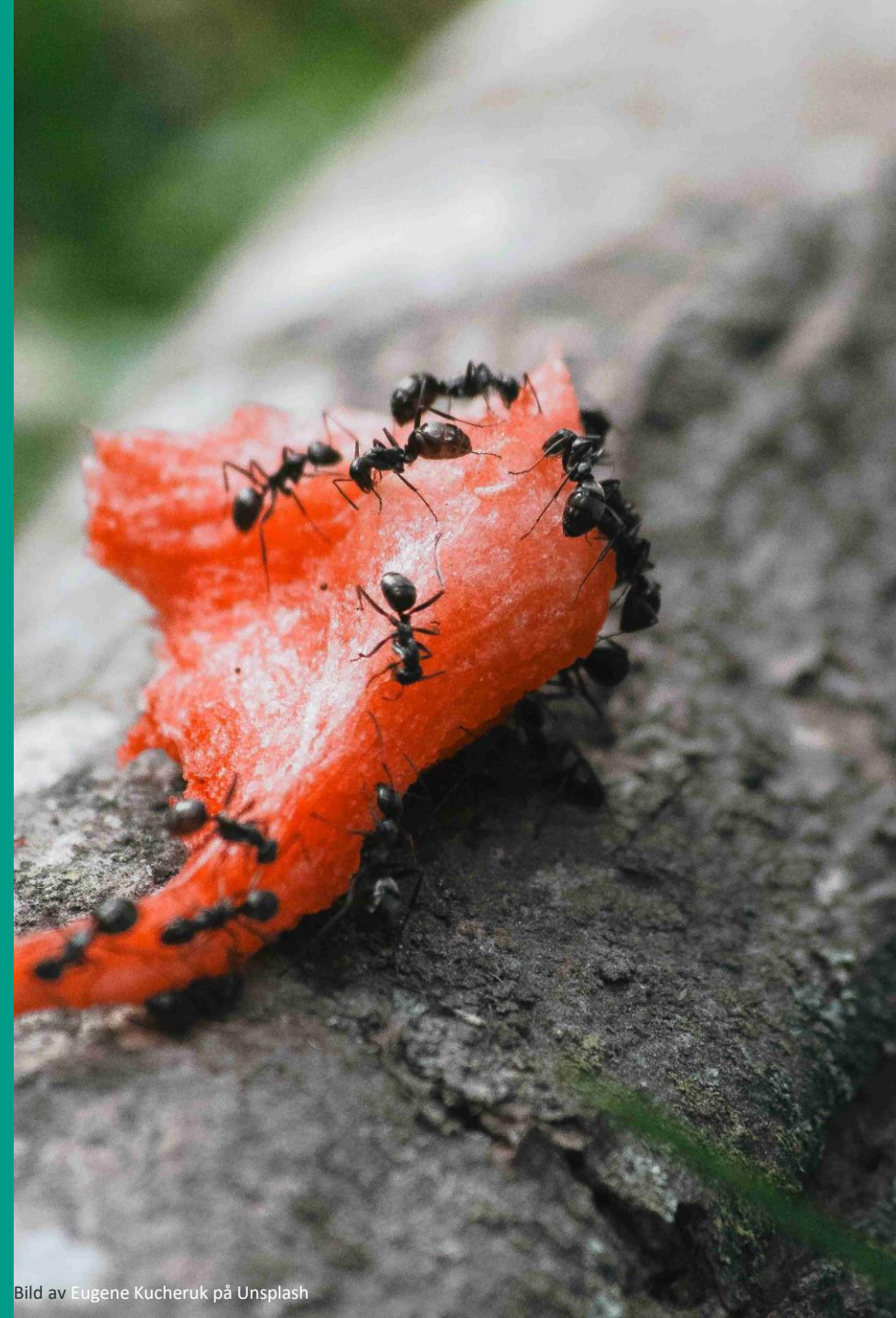
VERKTYG FÖR ARBETSGIVARE

Future Place  
Leadership™

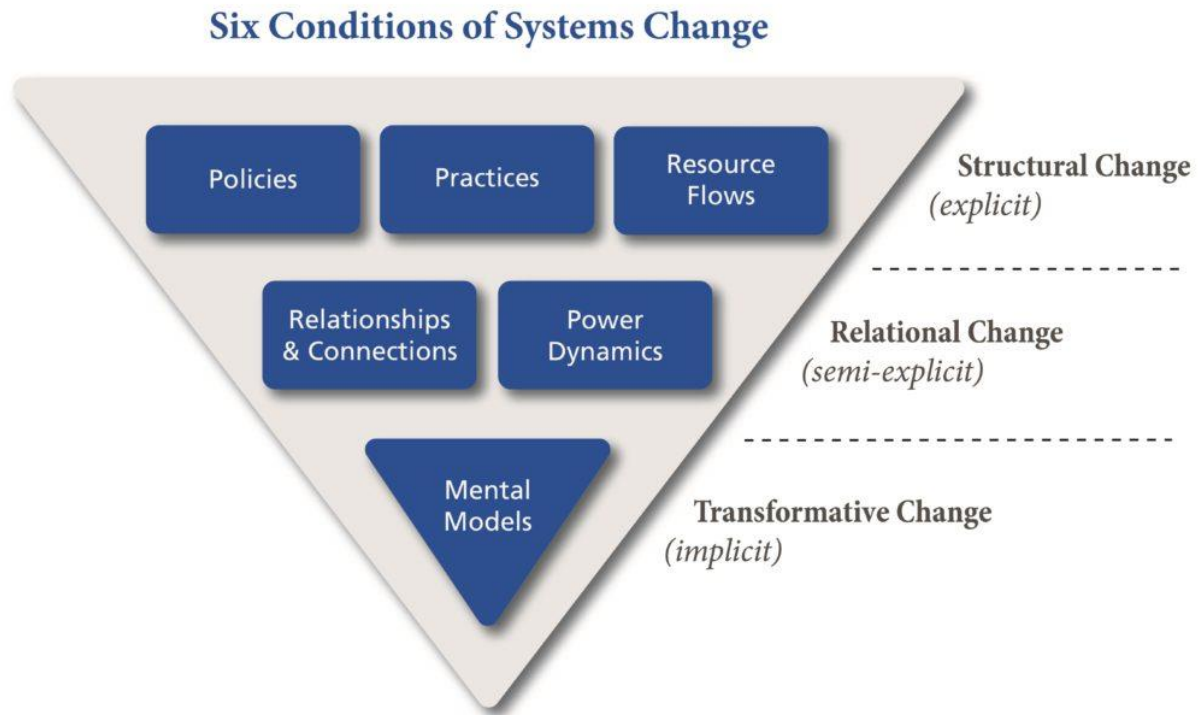
# Arbetsgivarförmåga är ett delat ansvar

Myndigheter, utbildningsanordnare,  
tjänsteleverantörer och  
samhällsmedborgare bidrar alla till att  
forma hur arbetsgivare kan och vill agera

- genom policy, incitament, retorik,  
tjänster och attityder



# Vad ligger till grund för beteendet?

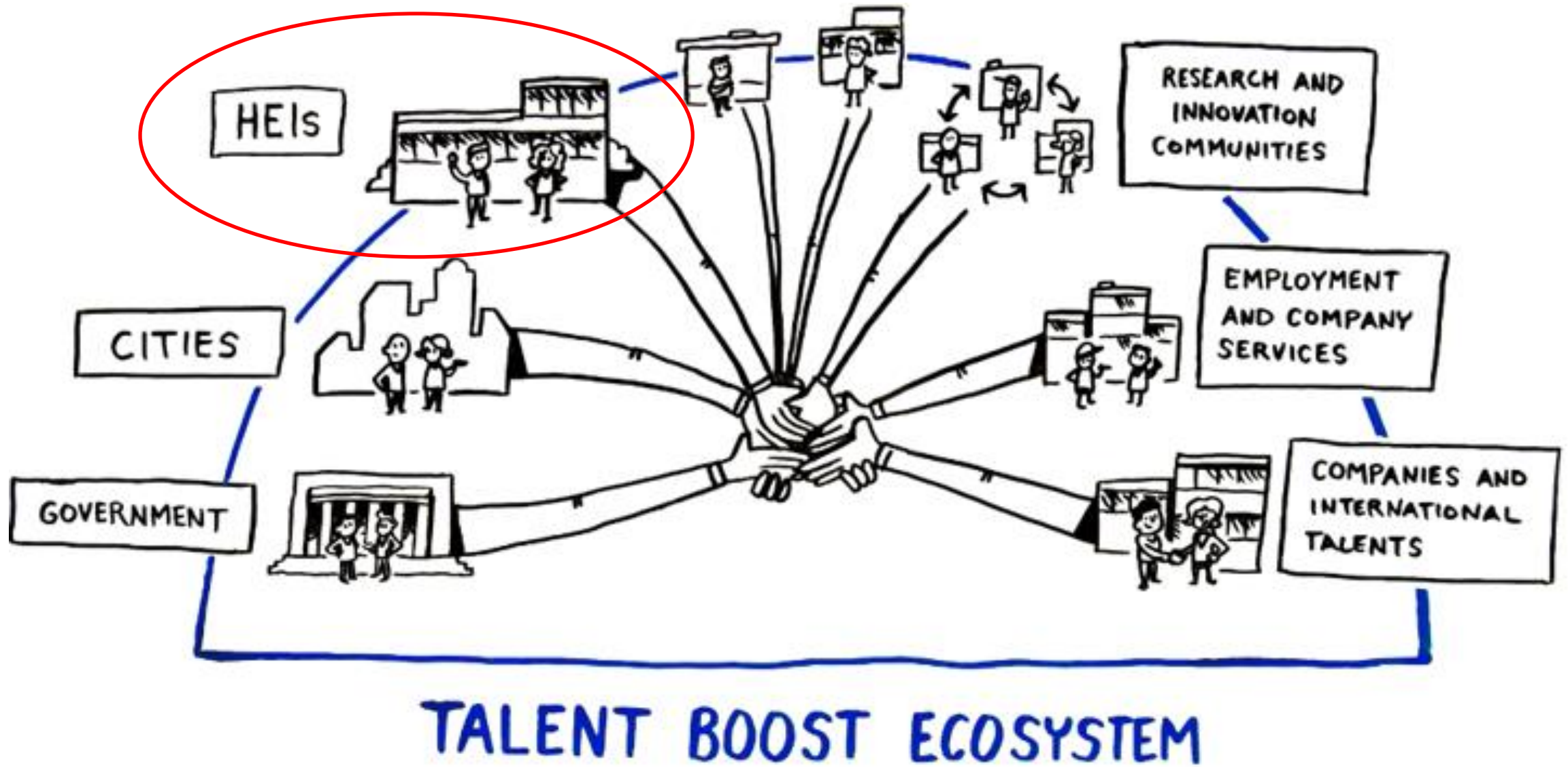


Att polera ytan är inte tillräckligt.

Vi behöver “förändra omständigheterna som håller problemet på plats”

Kania, Kramer, & Senge (2018):  
[https://www.fsg.org/resource/water\\_of\\_systems\\_change/](https://www.fsg.org/resource/water_of_systems_change/)

Future Place  
Leadership™



Future Place  
Leadership™

# 1. Brist på orkestrering



## 2. Endast finnar involverade - på finska





3. "Det finns visst Teams möten...  
Men jag vet inte hur man kommer  
med på e-postlistan..."



#### **4. Splittrad uppföljning och inga gemensamma mätare**



## 5. Avslutad nationell finansiering



**6. Extern projektfinansiering för samma idéer  
- men i olika regioner**



## 7. Fokus på talangerna och på attraktion

# The Five Conditions of Collective Impact



## It starts with a common agenda

This means coming together to collectively define the problem and create a shared vision to solve it.



## It establishes shared measurement

That means tracking progress in the same way, allowing for continuous learning and accountability.



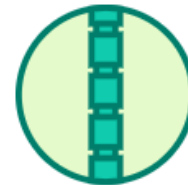
## It fosters mutually reinforcing activities

That means integrating the participants' many different activities to maximize the end result.



## It encourages continuous communications

That means building trust and strengthening relationships.



## And it has a strong backbone

That means having a team dedicated to aligning and coordinating the work of the group.

# ÄR COLLECTIVE IMPACT NÅGOT FÖR ER?

- ❑ Det finns ett akut behov av att ta itu med frågan på nya och annorlunda sätt
- ❑ Ett flertal olika typer av organisationer deltar i hanteringen av frågan i stor skala, d.v.s. i hela regionen
- ❑ Ni är införstådda med att det krävs systemförändringar samt bättre samordning och samverkan

Anpassad från [https://collectiveimpactforum.org/wp-content/uploads/2022/02/CI\\_Readiness\\_Assessment\\_Jan\\_7\\_2014.pdf](https://collectiveimpactforum.org/wp-content/uploads/2022/02/CI_Readiness_Assessment_Jan_7_2014.pdf)

Future Place  
Leadership™





# HAR NI VAD SOM KRÄVS?

- ❑ Finns det inflytelserika drivkrafter som kan föra samman ledare från olika sektorer och målgrupper och inleda en gemensam planeringsprocess?
- ❑ Finns det resurser (ekonomiska och personalresurser) som kan stödja planeringsprocessen och ett långsiktigt engagemang i frågan?

# ÄR NI KLARA FÖR START?

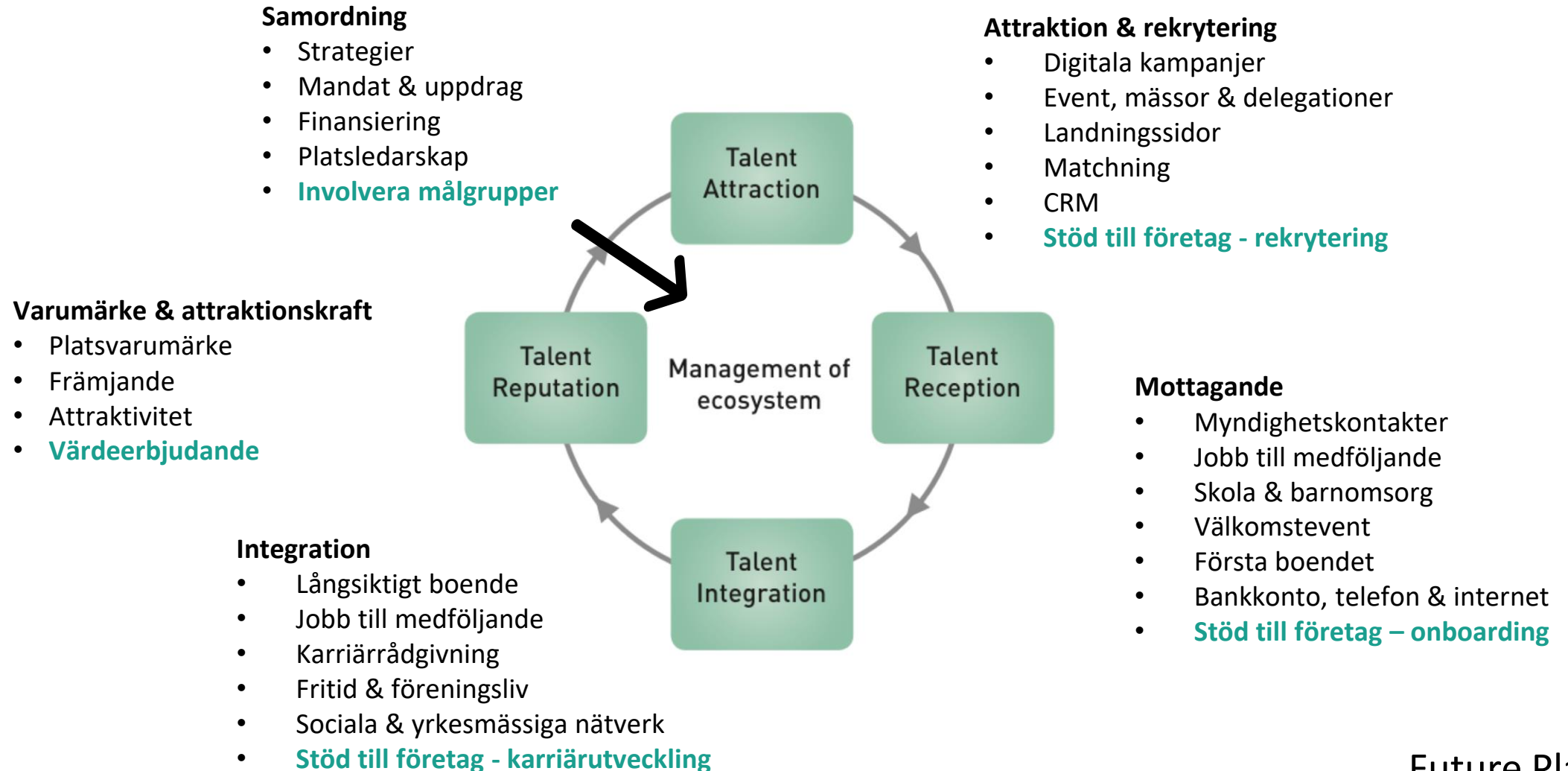
- Finns det en tradition av samarbete mellan de organisationer som deltar i initiativet?
- Finns det någon opartisk sammankallande organisation som åtnjuter respekt bland de berörda parterna?
- Är intressenterna fast beslutna att använda data för att sätta agendan och förbättra sitt arbete över tid?

Anpassad från [https://collectiveimpactforum.org/wp-content/uploads/2022/02/CI\\_Readiness\\_Assessment\\_Jan\\_7\\_2014.pdf](https://collectiveimpactforum.org/wp-content/uploads/2022/02/CI_Readiness_Assessment_Jan_7_2014.pdf)

Future Place  
Leadership™



# Talent Attraction Management (TAM)-modellen och Employer-ability



Future Place  
Leadership™



Bild av Kevin Jarrett på Unsplash

De regioner som tillsammans med arbetsgivare kan konvertera attraktion till retention erhåller inte bara kompetens utan även potential för långvarig innovation och tillväxt

ARBETSGIVARFÖRMÅGA ÄR  
EN KONKURRENSFÖRDEL

Future Place  
Leadership™



Bild av Natali Hordiuk på Unsplash



Bild av Nathan Dumlao på Unsplash

Kan ni hålla  
vad ni  
lovar?

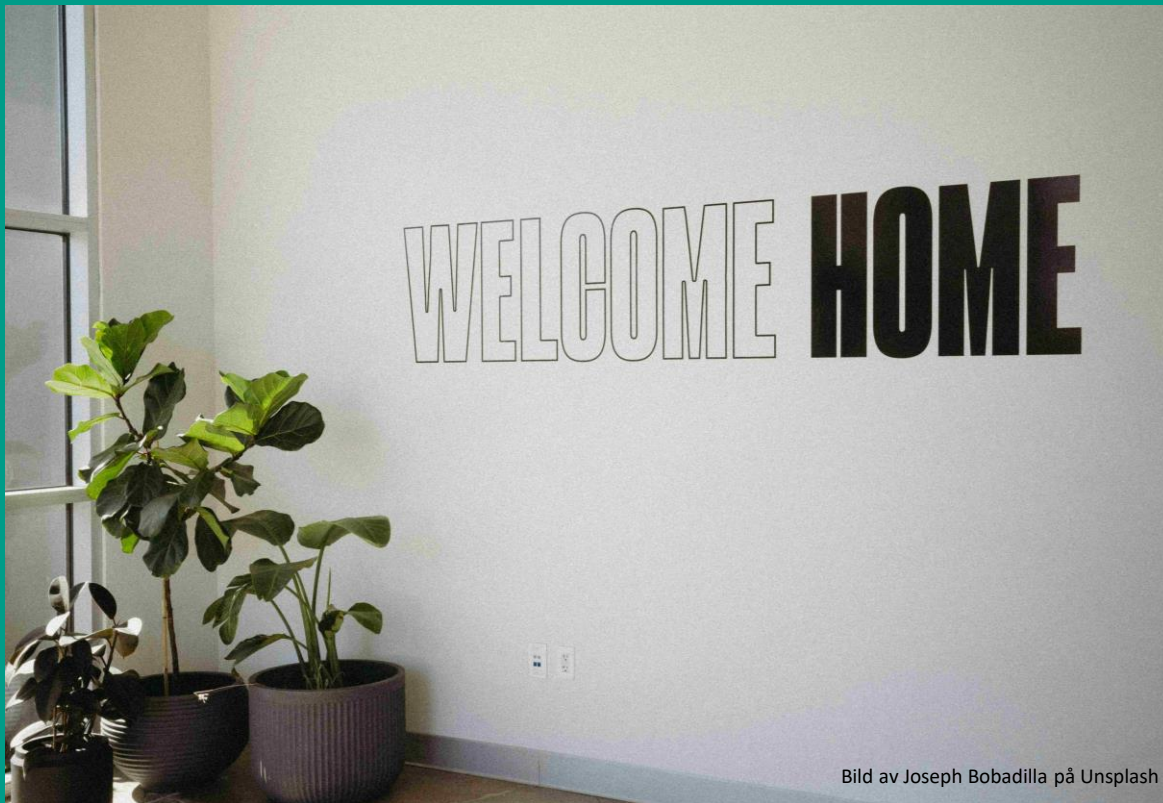
EXPECTATION MANAGEMENT IS  
KEY

Future Place  
Leadership™

# TÄNK IGENOM ERA PRIORITERINGAR

Se till att retentionen  
fungerar väl innan  
ni startar stora  
attraktionskampanjer!





Det är dags att skifta från  
“Hur attraheras talanger?”

till

“Hur blir vi redo för att  
anställa och behålla  
talanger?”

ÄR NI REDO?

Som land?

Som region?

Som arbetsgivare?

Som kollegor?

Som grannar?

Som vänner?



Bild från Pixabay

# VAD ERBJUDER NI?

Future Place  
Leadership™

VAD SKULLE FÅ DIG  
ATT STANNA?



VAD SKULLE FÅ DIG ATT  
ANSTÄLLA EN  
INTERNATIONELL  
TALANG?



# Tack!

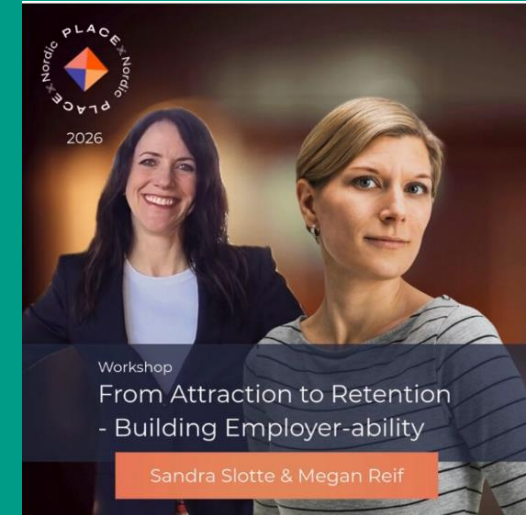


PlaceX Nordic  
2-3 juni i Skellefteå

## Ta gärna kontakt!

Talangattraktion, investeringsfrämjande & platsutveckling

- Data & insikter
- Konsultation
- Utbildningar
- Nätverk



Sandra Slotte, Senior konsult

[ss@futureplaceleadership.com](mailto:ss@futureplaceleadership.com)

<https://www.linkedin.com/in/sandraslotte/>

[futureplaceleadership.com](https://futureplaceleadership.com)

Future Place  
Leadership™

# Publikationer

- [Slotte, S. \(2026\). Compulsory Internships in Finland: Symbiosis Between Universities of Applied Sciences and Industry. In R. M. Helms & K. Bista \(Eds.\) Mapping community colleges around the world: Comparative perspectives and collaborative pathways. Volume 4: An Ecosystems Approach: Partnerships, Innovation, and Workforce Development. Association of Community College Trustees & STAR Scholars Press.](#)
- [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.](#)  
<https://doi.org/10.25162/int-2025-0006>
- [International student retention: going beyond 'just learn the local language'](#) (Schüller & Slotte, 2025)
- [Who is an international talent?](#) (Slotte & Perkins, 2024)
- [International graduate employability: whose job is it anyway?](#) (Slotte, Spencer & Werner Mikkelsen, 2024)
- [Balancing employability with 'employer-ability'](#) (Slotte, 2023)
- [Fast Expert Teams as a method for addressing the complex issue of retaining international students in Finland](#) (Slotte, 2023)
- [The Complexity of Internationalisation Calls for Collaboration](#) (Slotte, 2022)
- [Tools and mental models for internationalising with society](#) (Slotte, 2022)
- [Behov av utökat nordiskt samarbete kring integration av högutbildade immigranter](#) (Slotte, Stadius, Bruun & Mäkeläinen, 2021)
- [Creating space for global and intercultural competence development through curriculum design](#) (Holm, Slotte & Wikström-Grotell, 2021)
- [Internationalisation in Post-Corona Higher Education: What Will Change](#) (Slotte & Wikström-Grotell, 2020)
- [Future work skills in higher education - learning to be an international intrapreneur](#) (Isacsson, Slotte & Wikström-Grotell, 2020)
- [Future-proofing ALL our students and graduates](#) (Slotte, 2020)
- [Internationalisation at Home: The Road to Success](#) (Slotte & Stadius, 2019)

# Future Place Leadership

## Exempel på hur vi kan samarbeta:

- **TAM - Talent Attraction Management** - utbildningar och samskapande utvecklingsprogram för kommuner och regioner som vill bli bättre på att attrahera och behålla kompetent arbetskraft
- **BAM – Business Attraction Management** - Genom skräddarsydda utbildningsprogram utbildar vi team inom investeringsfrämjande i bästa praxis och metoder
- **STAF - Swedish Talent Attraction Forum** - nationellt nätverksforum för kommuner och regioner i Sverige som arbetar med kompetensattraktion och vill fortsätta utveckla sina kunskaper tillsammans med branschkollegor (ca 25 deltagande organisationer)
- **Talent City Index** - ett Talent Intelligence-verktyg för datadriven och målgruppsanpassad talangattraktion
- **Talent City Index: Student Edition** - ett Talent Intelligence-verktyg för datadriven studentrekrytering

[futureplaceleadership.com](http://futureplaceleadership.com)

# Gruppdiskussion

**7min per fråga. Skriv ner och var beredda att presentera!**

- På vilket sätt tangerar stärkandet av företagens arbetsgivarförmåga era organisationer och jobb?
- Vilka möjliga synergieffekter mellan era utmaningar, insatser, eller framtida planer kring näringslivssamarbete, kompetensförsörjning och inkludering identifierar ni? Vilka möjliga samarbetspartners?
- Vilket är ett nästa steg som ni kan ta efter detta seminarium för att jobba vidare med att utveckla lokala företags arbetsgivarförmåga?

# Dags för fika!



# Försvar och beredskap



# Länsstyrelsen

Totalförsvaret på regional nivå



Länsstyrelsen  
Östergötland



Bild: Google Earth



Länsstyrelsen  
Östergötland

# Utgångspunkter

- Det väpnade angreppet är dimensionerande
  - Hybrida hot
  - Världlandsstöd
  - Fjärrangrepp
- Säkerhetsläget kan snabbt försämrans
- Tre månaders uthållighet för att ställa om till krigsliknande förhållanden
- Två veckor på främst egen hand
  - Men Trump då?



Länsstyrelsen  
Östergötland

# Länsstyrelsen uppdrag

- **verka för att nationella mål får genomslag i länet, med hänsyn till regionala förhållanden**
- samordna olika samhällsintressen och statliga myndigheters insatser
- **främja länets utveckling och noga följa tillståndet i länet samt underrätta regeringen om dels det som är särskilt viktigt för regeringen att ha vetskap om, dels händelser som inträffat i länet**
- främja samverkan mellan kommuner, regioner, statliga myndigheter och andra relevanta aktörer i länet,



# Vid höjd beredskap

- **Länsstyrelsen ska som högsta civila totalförsvarsmyndighet inom länet verka för att största möjliga försvareffekt uppnås vid höjd beredskap.**
- Samordna de civila försvarsåtgärderna
- Verka för att det civila och militära försvaret samordnas
- Om förbindelsen med regeringen brutits ska länsstyrelsen självständigt genomföra de åtgärder som behövs för den civila försvarsverksamheten och till stöd för det militära försvaret.



# Nivåer i det civila beredskapssystemet

- Civilområden (civo) och 6 länsstyrelser civilområdesansvariga.
  - Sydöstra civilområdet : Östergötland, Kalmar, Jönköping
- 12 beredskapssektorer, ett urval:
  - **Utrikeshandel:** Kommerskollegium
  - **Industri, byggande och handel:** Tillväxtverket
  - **Livsmedelsförsörjning och dricksvatten:** Livsmedelsverket
  - **Energiförsörjning:** Energimyndigheten
  - **Transporter:** Trafikverket

INTERNATIONELL  
NIVÅ



NATIONELL NIVÅ  
Riksdag och regering



CENTRAL NIVÅ  
10 beredskapssektorer



HÖGRE REGIONAL  
NIVÅ  
6 civilområden



REGIONAL NIVÅ  
21 länsstyrelser och regioner



LOKAL NIVÅ  
290 kommuner



Länsstyrelsen  
Östergötland

# Samverkan Östergötland

- Länets plattform för samverkan inför, under och efter samhällsstörningar i hela hotskalan
- Regionala rådet för krisberedskap, skydd mot olyckor och totalförsvaret
  - Strukturer för löpande uppföljning och beslut inför, under och efter samhällsstörningar
    - Arbetsgrupper och nätverk
    - Fastställda larmlistor och ordningar för samverkansmöten, även akut
- Omtag kring Samverkan Östergötland utifrån totalförsvarets behov



# Näringslivets roll

- Staten behöver klargöra förväntningarna
  - Utgångspunkter för totalförsvaret en bra början
- Näringslivet behöver en grundläggande förmåga till självhjälp (kontinuitetshantering)
- Beakta sekretess och säkerhetsskydd
  - Inte bara affärshemligheter, utan sårbarheter som påverkar samhället.
- Samverkan mellan näringslivsaktörer om kritiska resurser och kompetenser?



# Förslag på vidare förkovring

- [Webbinarium: Totalförsvaret och näringslivet – erfarenheter och lärdomar](#)
- [Gemensamma utgångspunkter för totalförsvaret 2025-2030](#)
- [Civilt försvar och krisberedskap - en introduktion](#)



# Slut



Länsstyrelsen  
Östergötland

# Försvar och beredskap



A photograph of a modern, curved glass skyscraper at sunset. The sky is a mix of dark blues and oranges, with scattered clouds. The building's glass facade reflects the sky. The text 'Defense Hub Sweden' is overlaid in large, white, sans-serif font across the center of the image. At the top of the building, the words 'BJÄRDEVI CENTER' are visible in a smaller font. At the bottom of the building, there is a sign with the text 'BJÄRDEVI CENTER' and other smaller, less legible text.

# Defense Hub Sweden



**Elina Jonsson**

Jurist

Diplomat

Fredsobservatör

Totalförsvarsrådgivare

**Varför har man anställt en statlig jurist  
för att arbeta med innovation?**

**Utmaningen är inte innovation,  
utan tillämpning.**

**Akademi**

**Industri**

**Myndigheter**

**Innovationer är en förutsättning för tempo.**

# TOTALFÖRSVAR

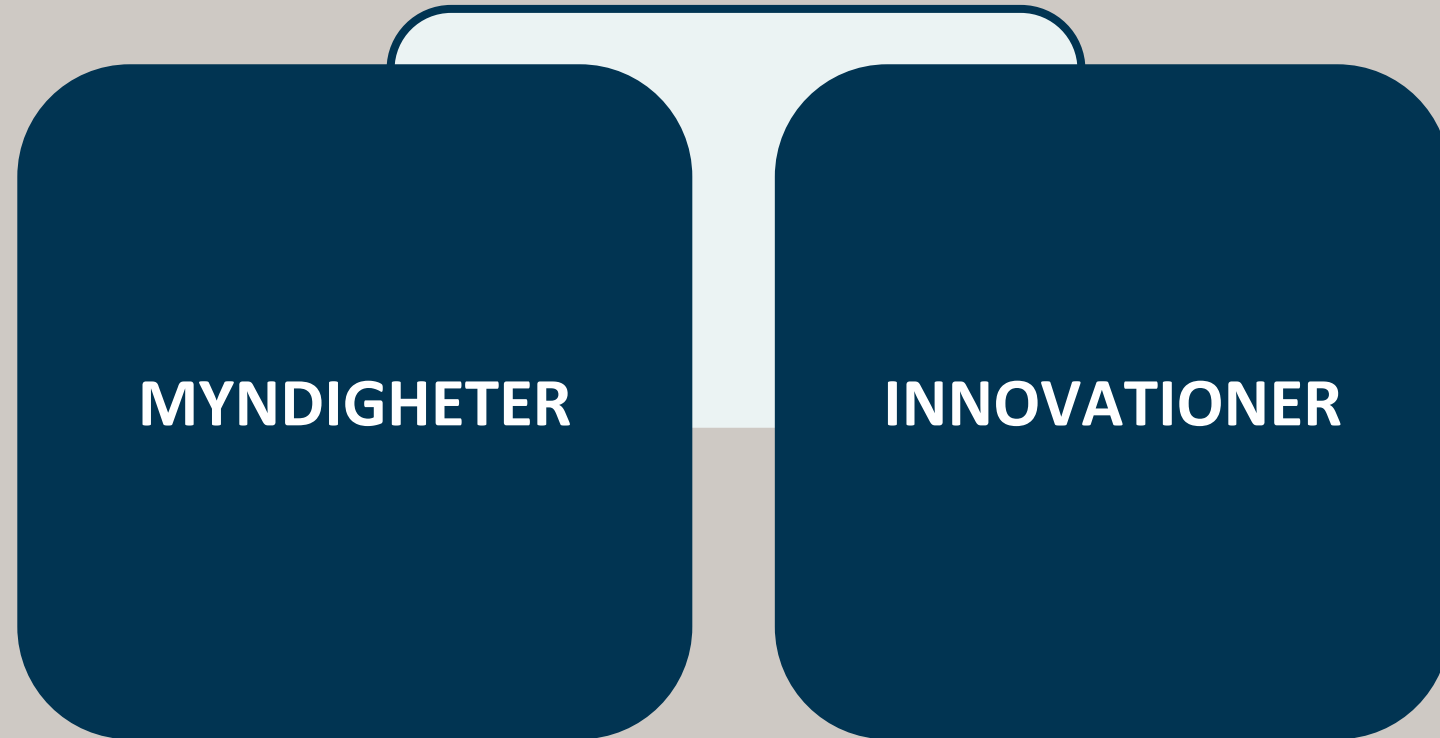
```
graph TD; A[TOTALFÖRSVAR] --- B[CIVILT FÖRSVAR]; A --- C[MILITÄRT FÖRSVAR];
```

**CIVILT FÖRSVAR**

**MILITÄRT FÖRSVAR**

**Näringslivet avgörande i händelse av krig.**

## DEFENSE HUB SWEDEN



**MYNDIGHETER**

**INNOVATIONER**

A photograph of a modern glass skyscraper, the Mårdevi Center, during sunset. The building's facade is highly reflective, mirroring the orange and yellow hues of the sky. The sky is filled with scattered clouds, some catching the low sun. In the foreground, there are silhouettes of trees and a lower building. The overall mood is dramatic and professional.

**Identifiera behov,  
förmedla idéer.**

**Östergötland är ingen slump.**



**En föränderlig värld kräver tillit.**

A tall, modern glass skyscraper with a curved facade, reflecting the sunset sky. The building is the central focus, with the text 'Defense Hub Community' overlaid in large white font. The sky is a mix of dark blue and orange, with scattered clouds. In the foreground, there are some trees and a lower building. The overall mood is professional and modern.

# Defense Hub Community

**En trygg och öppen miljö  
där idéer utvecklas tillsammans.**

**Där näringsliv,  
innovationer och  
myndigheter möts.**



**Identifiera behov,  
förmedla idéer.**



ACT  
**cyberly**



Co-funded by  
the European Union

MED FINANSIERING FRÅN



**Ett säkert, hållbart, robust  
samhälle för alla.**



# Vision

Bidra till ett **säkert, hållbart**  
och **effektivt samhälle**

- med hållbar tillväxt, god konkurrenskraft och stark innovationskapacitet
- med en inkluderande och utforskande öppenhet där lärande skapas sprids
- där digital resiliens är självklar och inbäddad i varje verksamhet



# Mål

Bidra till ett säkert, hållbart och effektivt samhälle med **digital resiliens**

- med utgångspunkt i **Östergötland** och sina medlemmar
- och som bidrag **nationellt** och **internationellt**

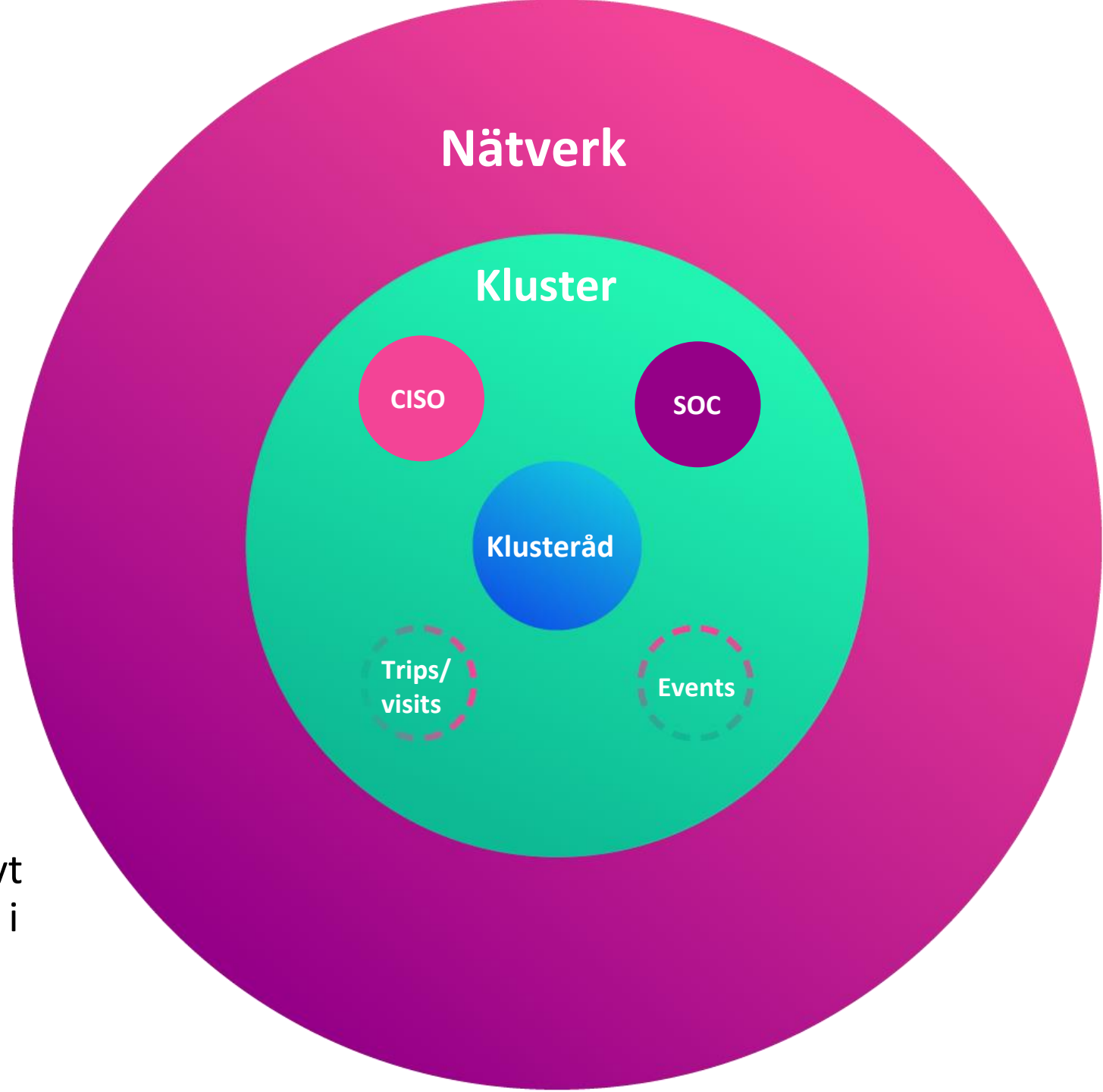


# Strategi

En plattform, struktur och ett verktyg för **medlemmar** att stärka varandra genom att dela erfarenheter och fördjupa kunskap

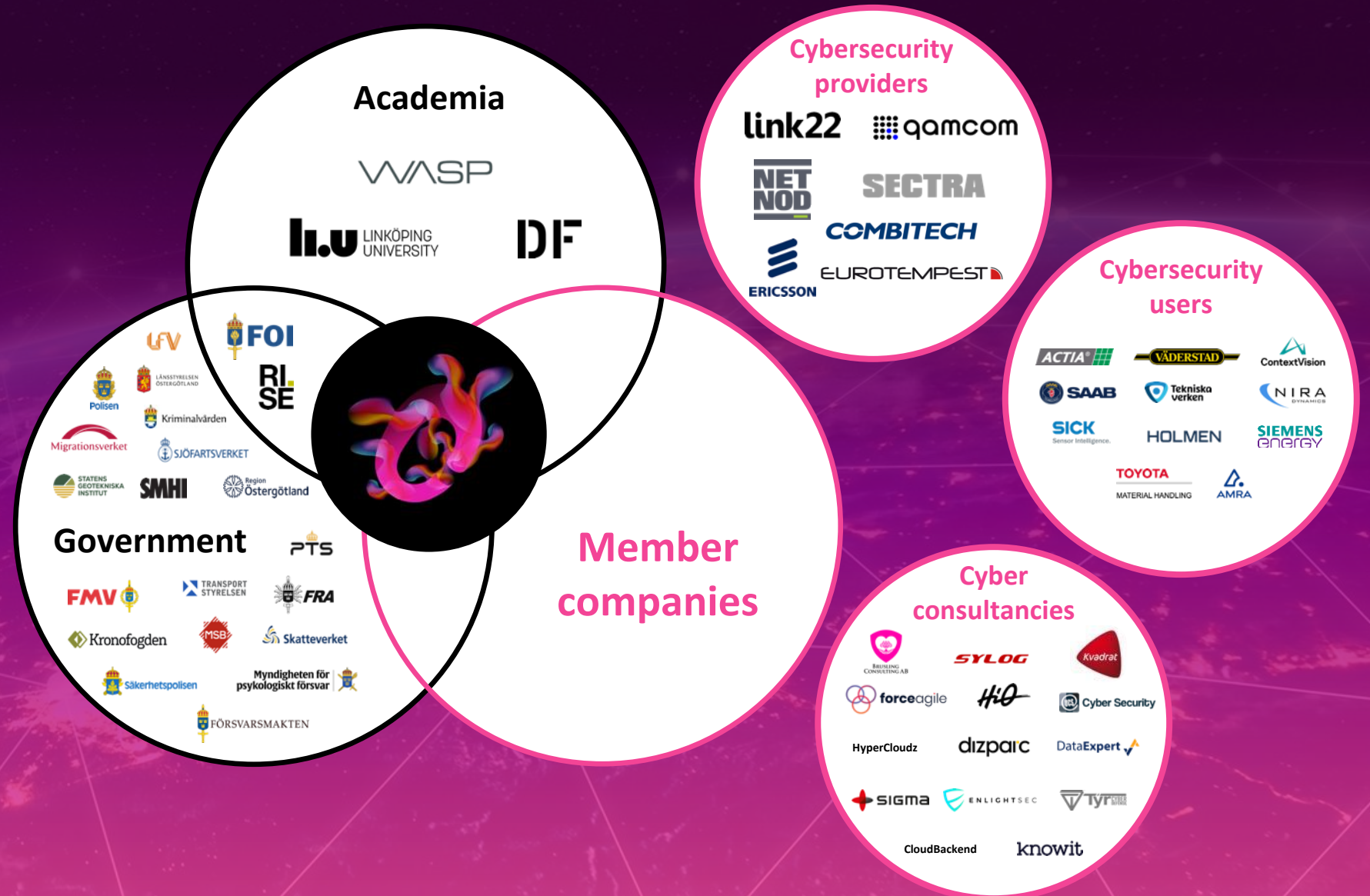
Sprida kunskap och inspiration till **ett större nätverk** av fler anställda och andra verksamheter

Konsekvent utveckla och driva en position som attraktivt ekosystem med utgångspunkt i Östergötland



# Cyberly ekosystem

ACT  
cyberly

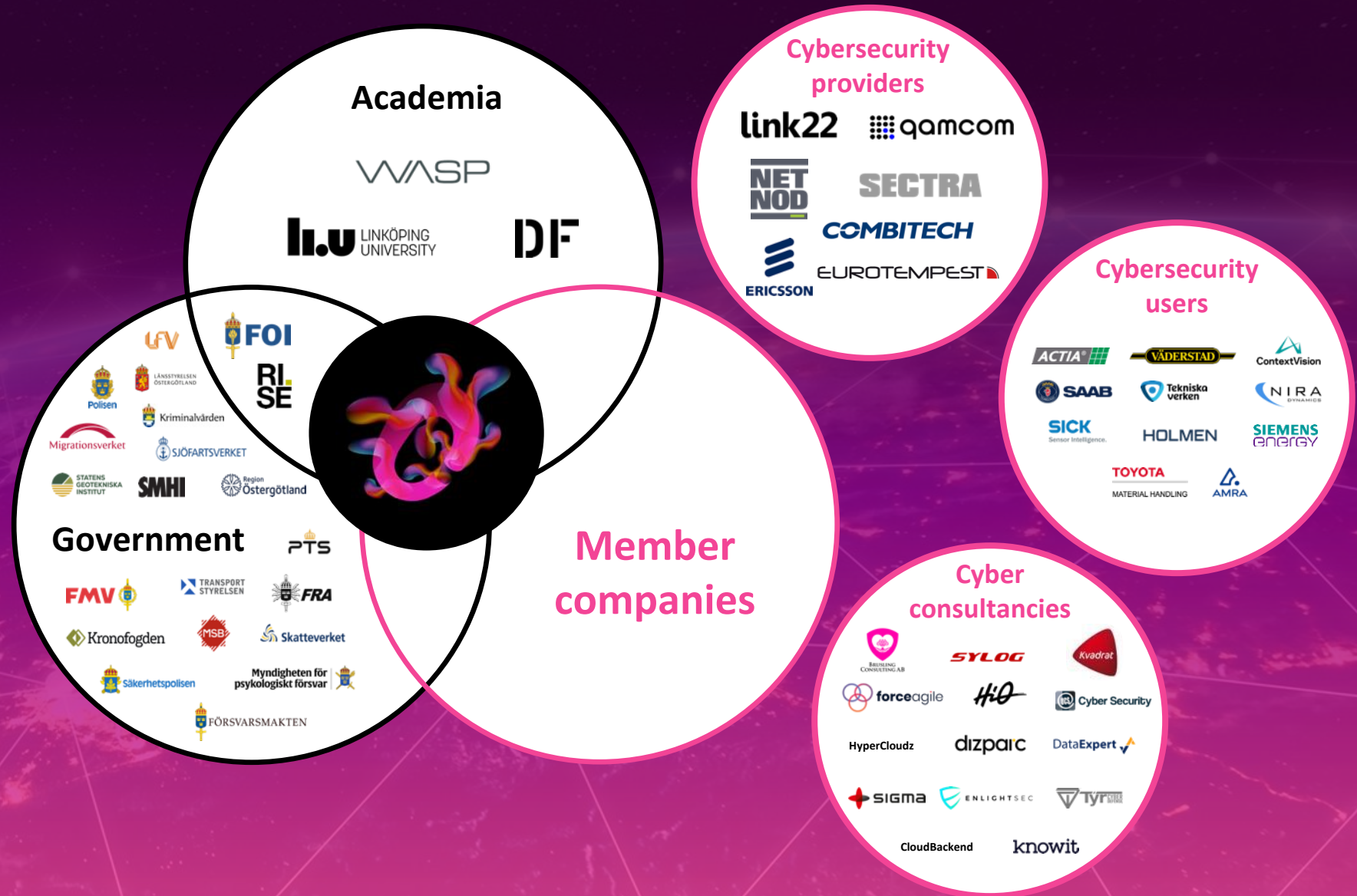


# Cyberly ekosystem

ACT  
cyberly

**National and global connections**

- NECC North European Cybersecurity Cluster
- NATIONELLT CYBERSÄKERHETSCENTER
- CENTRE FOR CYBER DEFENCE AND INFORMATION SECURITY
- cybernode.se Commissioned by NCC-SE
- CYBERCAMPUS SVERIGE
- FRO
- Försvarshögskolan
- Sweden Secure Tech Hub





## Över 100 deltagare från hela landet – cybersäkerhetskursen gör succé för tredje året i rad

28 maj, 2025



## Cendio ökar sina cybersäkerhetskunskaper genom stöd och nätverk från Cyberly och Sweden Secure Tech Hub

9 juni, 2025



# Tillsammans bygger vi framtidens cybersäkerhetskompetens





Co-funded by  
the European Union

ACT  
**cyberly**

# Mer om Cyberly & kommande event

Skanna QR-koden →



# Prenumerera på vårt nyhetsbrev

Skanna QR-koden →



ACT  
**cyberly**



Co-funded by  
the European Union

MED FINANSIERING FRÅN

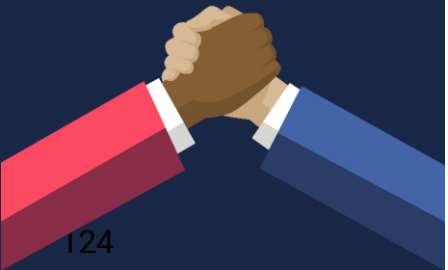


**Beatrice Magnusson**

[beatrice.magnusson@linkopingsciencepark.se](mailto:beatrice.magnusson@linkopingsciencepark.se)



# Försvar och beredskap



**REDO**

# Näringsliv i Beredskap i Östra Mellansverige

Stärka näringslivets beredskap genom samverkan och hållbarhet



# Bakgrund

- ✓ **Förändrad säkerhetspolitisk situation**

- ✓ **Nationell krisberedskapsstruktur**

Sedan 2022 finns en ny struktur för civilt totalförsvaret uppdelad i 12 sektorer med sektorsansvariga offentliga organisationer.

- ✓ **Företag har bristande kunskap och otillräckliga strukturer för beredskap**

Många företag saknar tillräcklig information och känner osäkerhet kring sin roll i totalförsvaret och krisberedskap.

- ✓ **74 % uttrycker en önskan att fördjupa sina kunskaper**

Företagens ansvar för totalförsvaret är större men mer otydligt

- ✓ **Utmaningar att omvandla riktlinjer till praktiska åtgärder**

Företag behöver hjälp att tolka och anpassa generella råd för att integrera beredskap i vardag och affärsutveckling.

# Mål

## Stärkning av totalförsvarets roll

Projektet hjälper SME att bidra till totalförsvaret genom **rådgivning, nätverk och kompetenshöjande insatser**.

Projektet **underlättar samverkan och skapar relevanta modeller** för att möta företagens behov i snabb omvandling.

**Projektet stödjer företag i att identifiera nya affärsmöjligheter i totalförsvaret**

## Regional robusthet och innovation

Företagen stärks i kontinuitetsplanering, innovation och tillväxt för att öka regional robusthet.

Genom minskat kunskapsgap skapas förutsättningar för hållbar tillväxt, innovation och omställning i näringslivet.

2 perspektiv: totalförsvaret som kund + öka beredskap i bolagen

# Utveckling av metod och arbetssätt

## Nytt rådgivningserbjudande

**Beredskapsdialog** utvecklas med relevanta frågeställningar som hjälper företagen skapa handlings- och finansieringsplaner.

Dialogen inom REDO baseras på sammanställd och publicerad information från **kunskapsbanker, riktlinjer och vägledningar** från relevanta myndigheter, organisationer och andra aktörer.

Vi använder samma **beprövade metodik** som i Almis Hållbarhetsdialog och Hållbar Kompetens – en praktisk och deltagardriven process som hjälper företag att **identifiera nuläge, risker, möjligheter och prioriterade utvecklingsområden**.



## UTGÅNGSPUNKTER FÖR TOTALFÖRSVARET 2025–2030



## Våra konkreta actions

- ✓ Inspiration & kunskap - Webinarier & seminarier
- ✓ Behovsanalys - Komplettera med beredskap  
(Vi gör ca. 800 – 1000 Behovsanalyser/ år i Östergötland)
- ✓ **Beredskapsdialog** - Metod & verktygsutveckling
- ✓ Rådgivning individuellt & grupp
- ✓ Samverkan med andra initiativ och aktörer
- ✓ Samverkan i hela ÖMS

# Samverkan med andra initiativ och aktörer

REDO kommer bygga samverkan med delvis **nya aktörer\*** (\*för Almi)

**Nya samarbetsområden** med befintliga aktörer

Specifika behov förmedlas till **renodlade expertaktörer**

Regionöverskridande aktörer & initiativ



Myndigheter



Science Parks

Norrköping  
Science Park

LINKÖPING  
SCIENCE  
PARK

Expertaktörer



# Hur kan ni stötta

Kommuner: lokala arenor & förmedling företag

Science Parks: expertis & samverkan

Näringsliv: behov, inkludera värdekedjor & case

Bjud gärna in oss till lokala forum!

**Q3 2026: lansering & mobilisering ÖMS**

**Öppna aktiviteter**

**Behovsanalyser**

# Frågeställningar

- Vilka insatser behöver göras i Östergötland kopplat till försvar och beredskap?
- Vad kan och bör göras ur ett näringslivsutvecklings – eller kompetensförsörjningsperspektiv?
- Vad kan du göra? Vad kan andra göra?



# 2026 års Regionala Världsmästerskap!



Vår bästa gemensamma nämnare är:

Namn: (max 4 pers)

SANT

INTE SANT

Vad tar du med dig från dag1, och vad skulle du vilja utveckla eller göra annorlunda?



menti.com  
1323 4292

# Tack för idag!

Fri tid!

Middag kl 19.00

**OBS!** Imorgon delar vi upp oss inledningsvis!

**ESBR** – Här!

**RKF** och **Strategigruppen**  
för inkludering  
konferensrum Katarina  
precis bredvid





## Incheckning runt borden

- **Vad har du för reflektioner från igår – vad tar du med dig?**

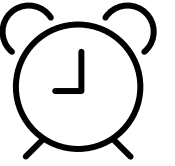
45 sek per person

✓ Vi tar tillsammans ansvar för att alla känner sig sedda och får komma till tals.

✓ Vi värdesätt olikhet och andras perspektiv.

✓ Vi är generösa och visar respekt!

# Hålltider



08:30  
Start

Tema:  
Företags-  
utveckling

Tema:  
Investering  
och  
etablering

Fika

Tema:  
Regional plats-  
marknadsföring

Tema:  
Innovation

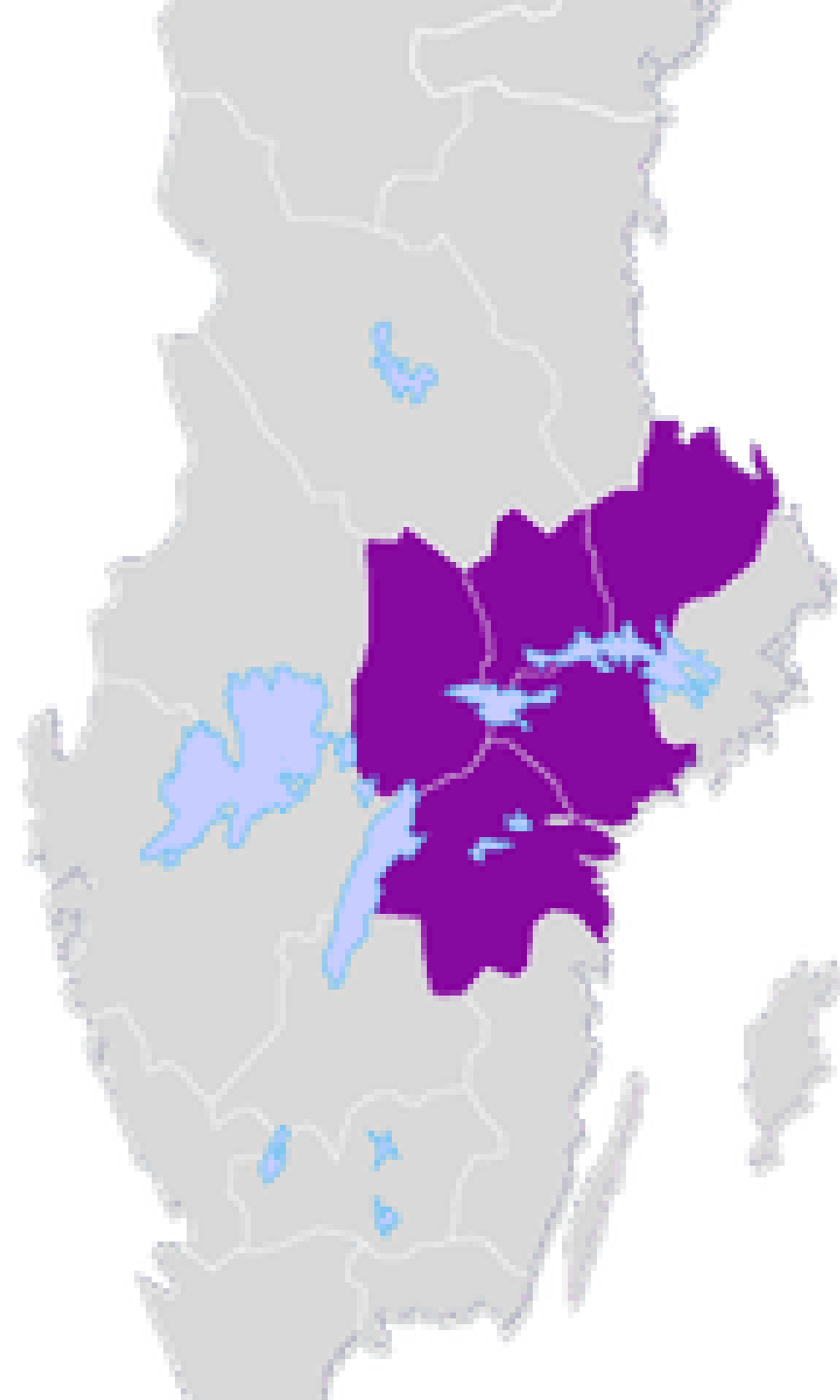
11:45  
Lunch

Hemfärd

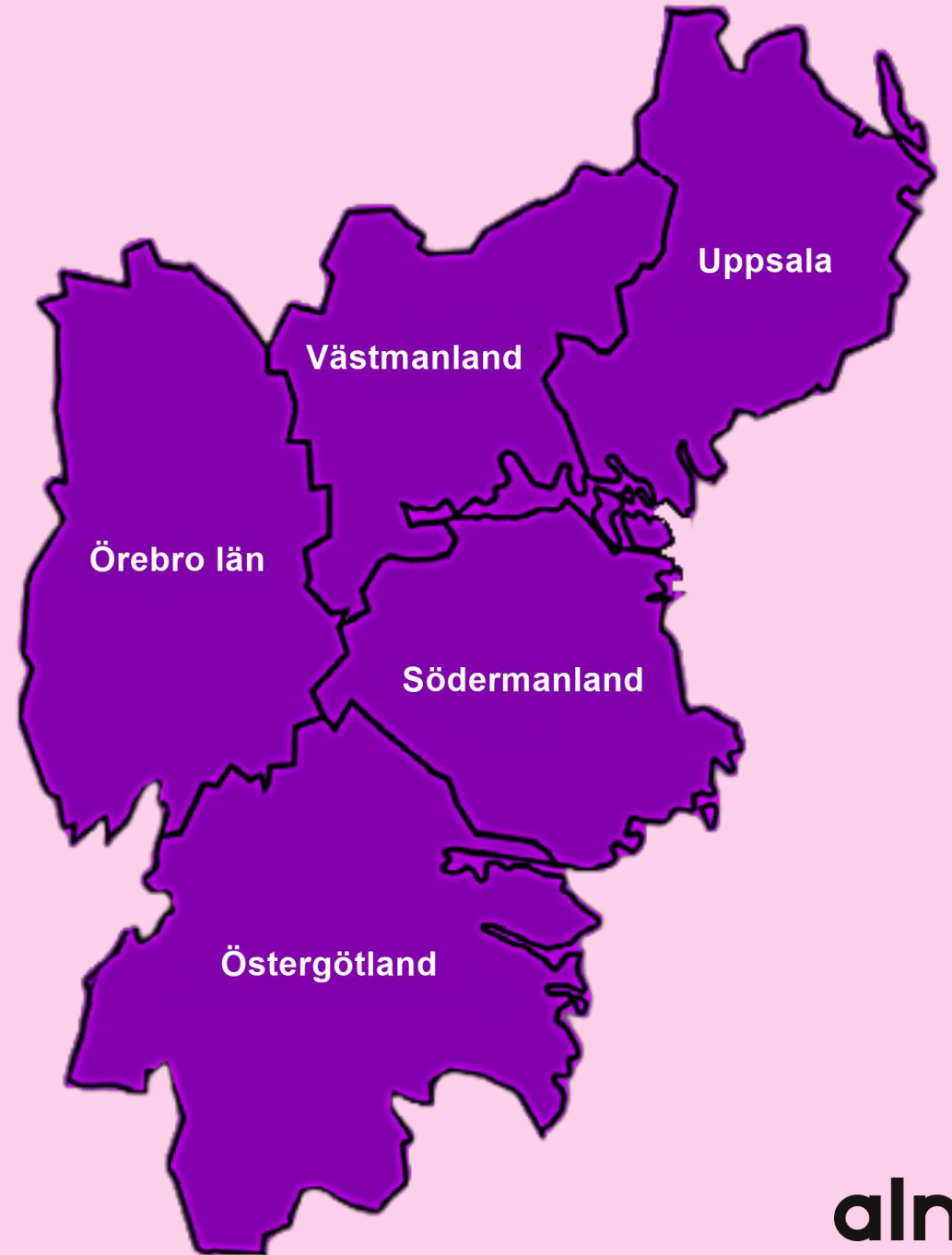
# Företagsutveckling



~~Almi Östergötland~~  
**Almi Östra Mellansverige AB**



**Det är vi som  
är ÖMS!**



Uppsala län har en av Sveriges högsta överlevnader bland nya företag – nästan 7 av 10 finns kvar efter 5 år.

Östergötlands län har en av de högsta BNP per capita i Sverige

Örebro län är en av Sveriges mest expansiva techregioner.

# Tillsammans blir vi Almis största och mest framgångrika dotterbolag!

Södermanlands län har ett ovanligt högt antal kvinnliga företagare inom turism, kultur och hälsa.

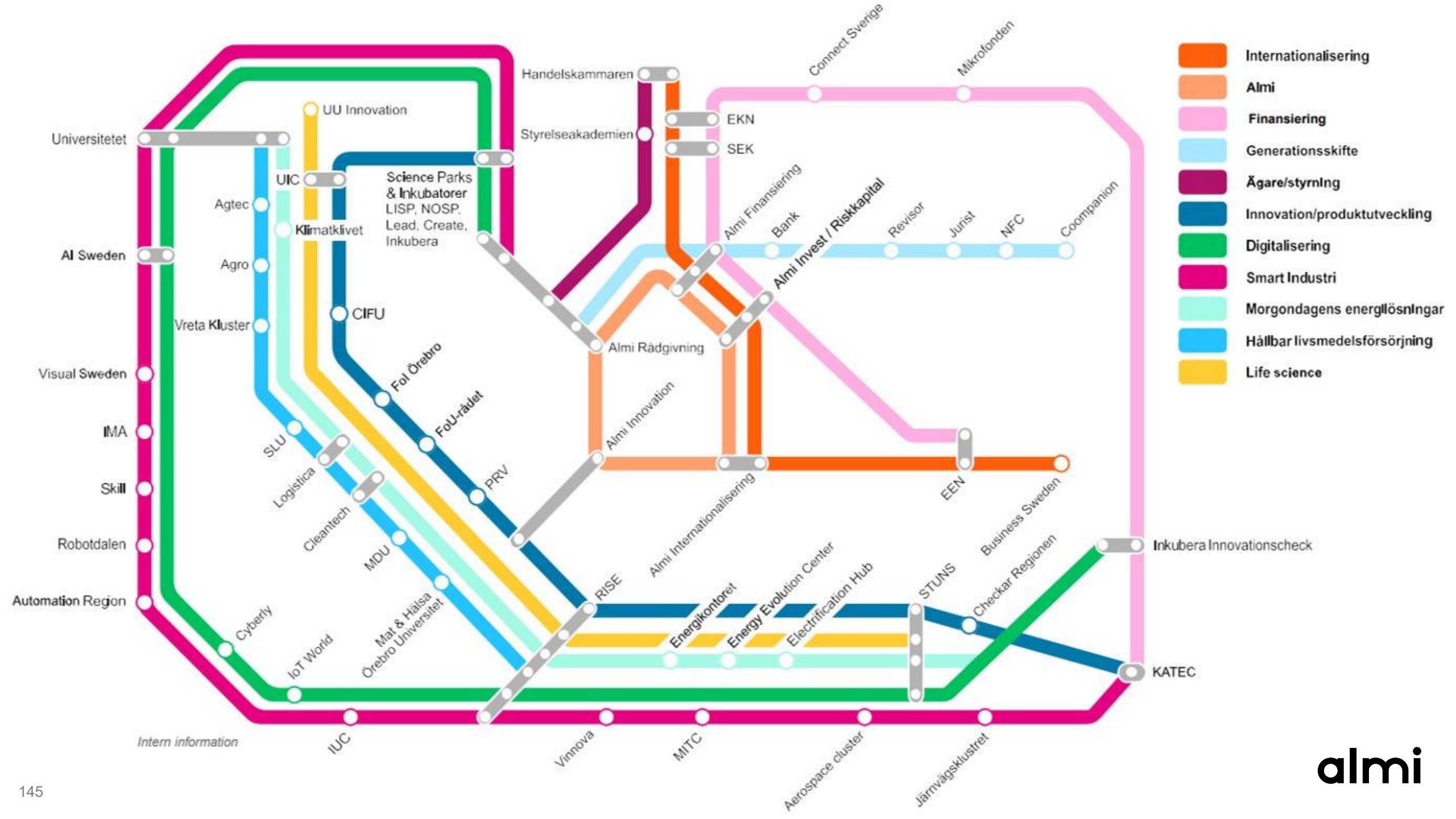
I Västmanlands län ökar andelen unga företagare under 30 år snabbare än rikssnittet

**Sams  
Samspel  
Samverkan  
Samarbete  
Samsyn  
Samhörighet**





**almi**





**“När jag till slut hade lärt mig alla svar  
byte de ut alla frågor”**

**“När jag till slut hade lärt mig alla svar  
byte de ut alla frågor”**

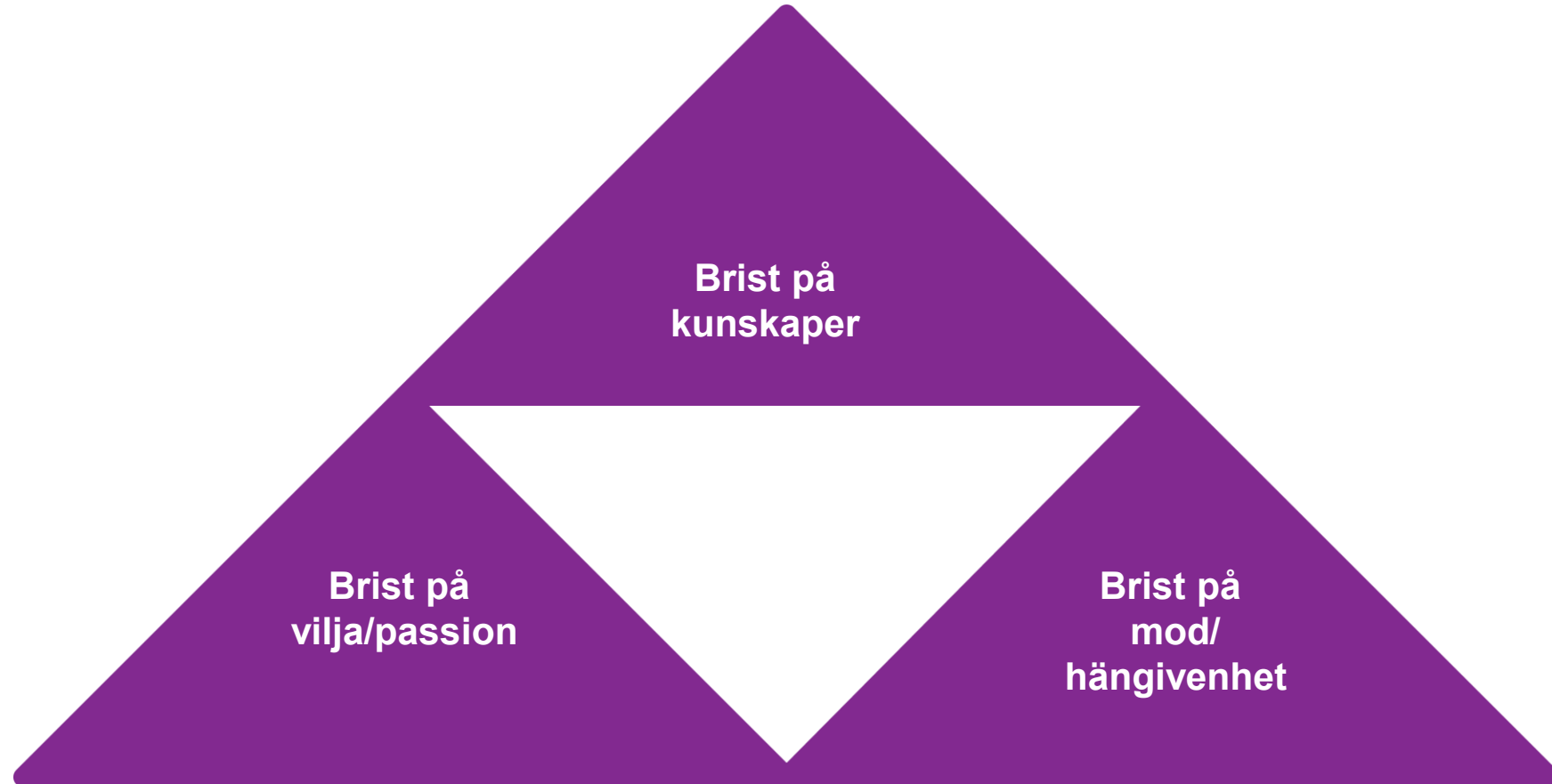
*”Vi är alla någonstans mellan VHS och streaming.”*

# 2 & 2

**Vilken "ny fråga" har dykt upp i ert arbete som ni inte var förberedda på?**

**Hur hanterade ni det?**

# Tillväxthinder \* 3



# Därför har vi sökt 3 ÖMS-överskridande projekt

- 1. Investera för Tillväxt 2026 – 2029**
- 2. Exportkraft 2026 – 2029**
- 3. REDO – Näringsliv i Beredskap 2026 - 2029**

Cirka 1900 företag

# Investera för Tillväxt

## Kortfattat:

- ✓ Det här projektet handlar i grunden om att **stärka små och medelstora företag** i en tid där spelplanen hela tiden förändras.
- ✓ Vi gör det genom att ge företag bättre förutsättningar att ställa om och växa – med stöd inom **affärsutveckling, digitalisering och AI, kompetensförsörjning, hållbarhet och tillgång till finansiering.**
- ✓ Det handlar både om individuellt stöd till företag – och om att vi som system blir bättre på att jobba tillsammans.”

# Konkret för Östergötland

**Mål: 608 företag i Östergötland**

Vi stärker företag som brottas med precis det vi pratade om nyss:

## **Att hinna med i omställningen.**

Det kan handla om att:

- gå från idé till tydlig tillväxtstrategi
- förstå hur AI faktiskt kan användas i verksamheten
- man har utmaningar inom kompetensförsörjning och ledarskap
- det finns omställningskrav kopplade till hållbarhet och klimatförändringar
- få tillgång till kapital för att kunna ta nästa steg
- man har begränsad innovationsförmåga och bristande koppling till akademi och FoU

**Och kanske viktigast – att de inte behöver göra det ensamma.**

# 4 tematiska inriktningar

- **Tillväxt genom ökad omställnings- och innovationsförmåga**

Denna inriktning syftar till att stärka företagens förmåga att utveckla nya produkter, tjänster och affärsmodeller samt hantera förändringar i marknad och teknik. Genom individuell rådgivning och gruppbaseade workshops får företagen stöd inom strategiutveckling, finansiering, försäljning, marknadsföring och affärsmodellering vilket gör det möjligt för företagen att identifiera tillväxtmöjligheter och genomföra systematiska omställningaraccelererad utveckling

- **Kompetensförsörjning**

Här erbjuds stöd som stärker företagens strategiska kompetensförsörjning. Verktyg som Hållbar kompetens används tillsammans med individuell coaching och workshopgrupper kring behovsstyrda teman som hållbart ledarskap, ARUBA (attrahera, rekrytera, utveckla/behålla, avveckla/successionsplanering), jämställdhet och mångfald. Målet är att säkerställa att företagen har rätt kompetens för att möta nuvarande och framtida utmaningar.

- **Fördjupning hållbarhet**

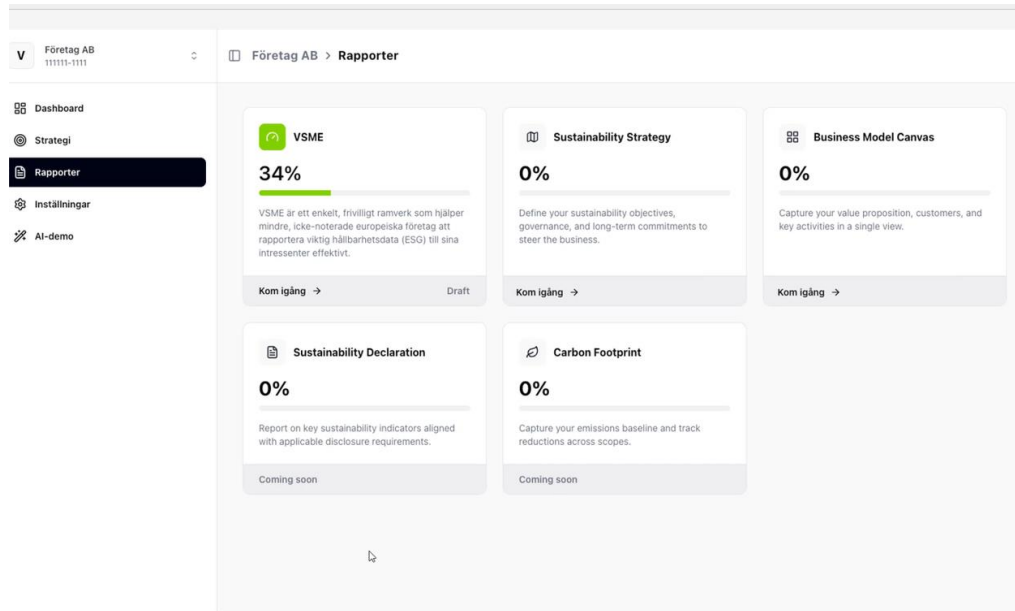
Rådgivningen fokuserar på SME:s behov av stärkt hållbarhetskunskap och stöd för systematisk implementering av hållbara affärsmodeller. Almi erbjuder redan hållbarhetsdialoger med fokus på ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter.

Klimatomställningen kräver dock mer av företagen, både på strategisk och operativ nivå. Genom workshopserier fördjupas teman utifrån företagets behov som exempelvis egendeklaration, väsentlighetsanalys och VSME, alla centrala verktyg för att möjliggöra omställning och hållbar affärsutveckling.

- **Digitalisering och AI**

Denna inriktning syftar till att hjälpa företag att nyttja digitalisering och AI för att effektivisera verksamheten. Rådgivningen omfattar självskattning, möjlighetsanalyser med genomgång av företagets nuläge och befintliga processer i syfte att identifiera digital mognad och företagets möjligheter och strategisk planering för implementering av AI-lösningar. Workshops och individuell rådgivning ger stöd kring tekniska möjligheter och integration av digitalisering i affärsmodeller, vilket stärker innovationsförmåga och konkurrenskraft.

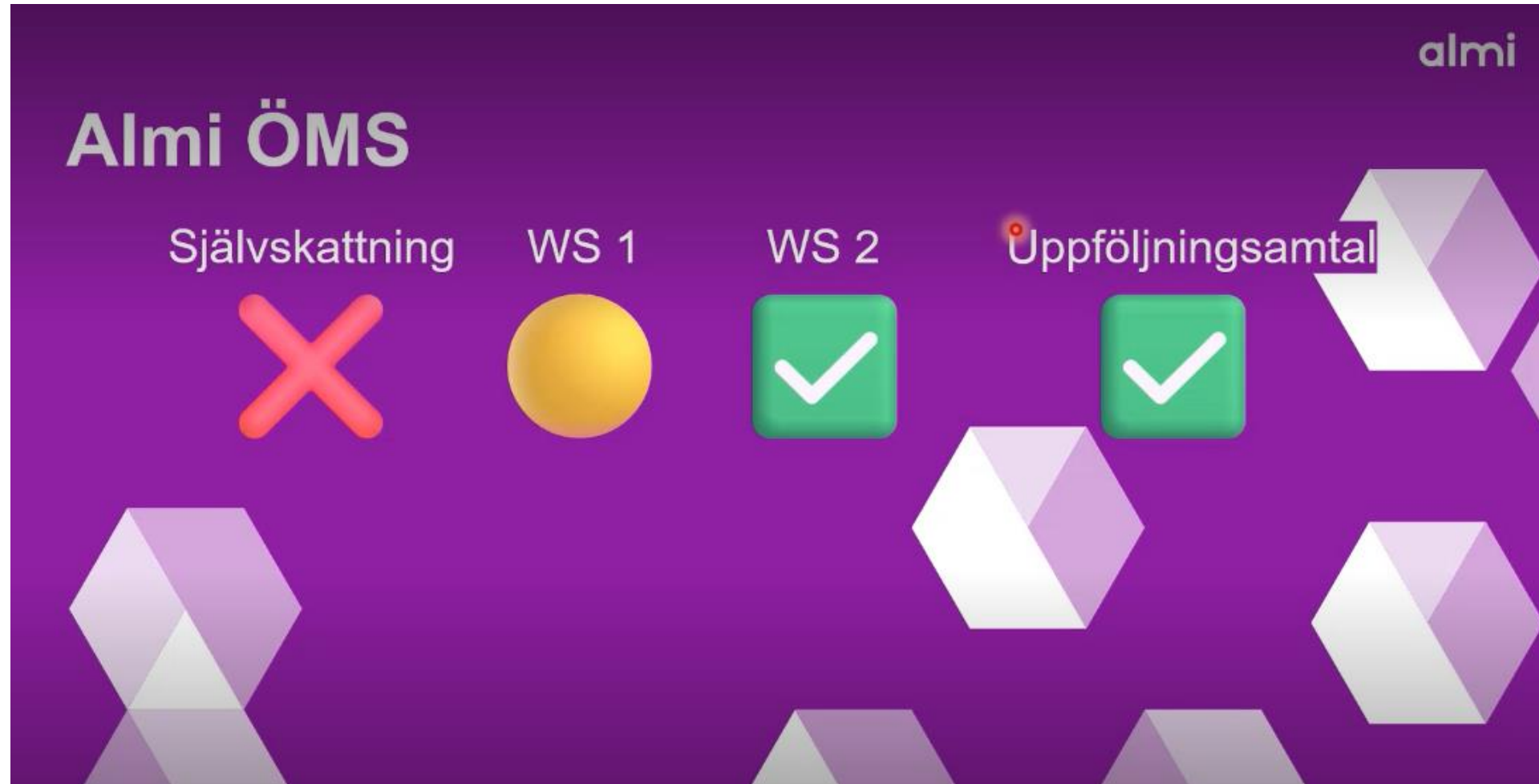
# Ny Hållbarhetsplattform Maxa 2.0



## Kompetensförsörjningsverktyg



Ai



# Internationell tillväxt i en osäker omvärld

Exportkraft  
2026-2029



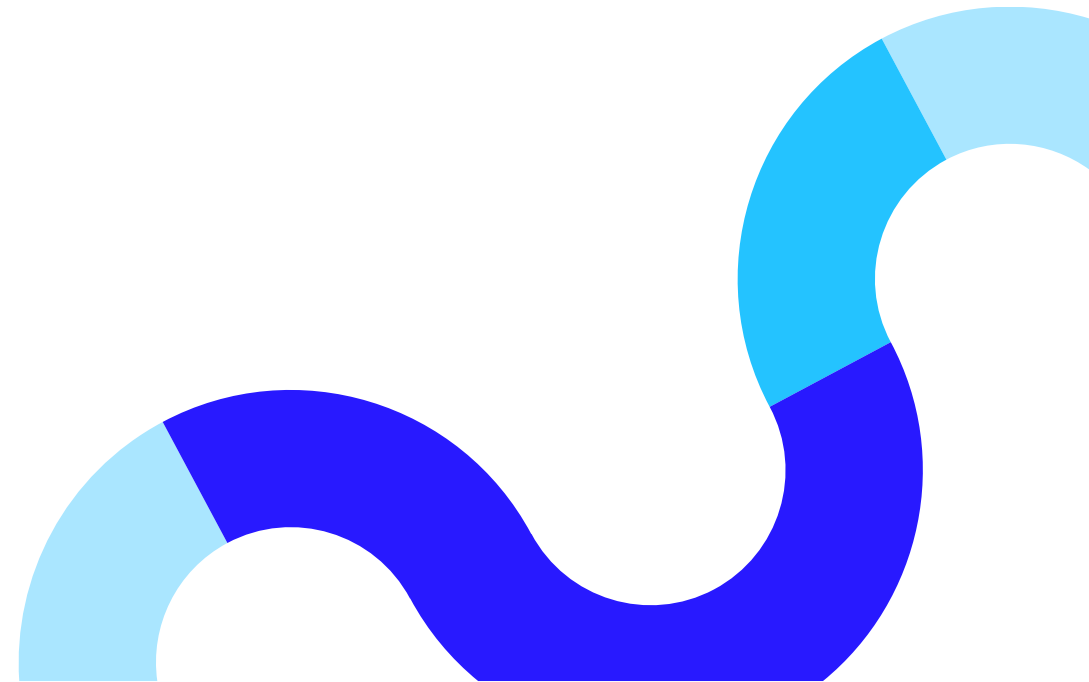
Projekt tillsammans med  
Östsvenska Handelskammaren och Handelskammaren Mälardalen

almi

# Fler SMF som växer internationellt är viktigt för regional utveckling

- Ökad lönsamhet hos regionens företag
- Fler företag som växer genom att anställa
- Ökad digitalisering
- Mer innovativa & konkurrenskraftiga företag

\* Studier från bland annat Tillväxtanalys visar att företag som arbetar internationellt växer snabbare, är mer benägna att anställa, är mer innovativa och digitaliserade



# Syfte & mål

- Bidra med företags- och affärsutveckling för hållbar tillväxt genom ökad internationalisering hos SMF i Östra Mellansverige
- Genom kunskap, rådgivning, tillgång till nätverk och finansiering ska företag ha stärkt sin exportförmåga
- Projektet bidrar också till ökad exportsamverkan i Östra Mellansverige



# Projektaktiviteter

Mål 73 företag i östergötland

- **Marknadsföring, kommunikation & försäljning** (Stödjer nedan arbetspaket)
- **Inspiration, kunskap och behovsanalys**
  - Inspiration & kunskapshöjande aktiviteter genom seminarier och webinarier i öppna forum
  - Uppsala International Business Week – en större satsning som drivs från Uppsala
  - Behovsanalys internationalisering – Fånga företagens behov & utmaningar enskilt. Förmedla till fördjupade insatser från projektet eller partners
- **Rådgivning**
  - Omfattar rådgivning som sker enskilt eller i grupp (Fördjupade insatser som omfattas av försumbart stöd)
- **Exportsamverkan**
- **Utvärdering och lärande** (Utvärderar och stödjer ovan arbetspaket)

# Exportresan - stöd på vägen

Vi kombinerar företag- och affärsutveckling inkl. finansiering, coaching och tjänster från partners under resan.



# Stöd till dig som vill exportera

Det ska vara enkelt för företag som vill göra affärer i andra länder att hitta rätt stöd, i rätt tid. Därför samarbetar vi regionalt kring export. Här är en översikt över det du som företagare kan få stöd med från aktörerna inom regional exportsamverkan i Uppsala län.

## Vad behöver du hjälp med?



Jag vill expandera min verksamhet utomlands och behöver hjälp att ta första stegen



Jag behöver hjälp att hitta affärskontakter utanför Sverige



Jag behöver hjälp med finansiering eller ekonomisk rådgivning



Jag behöver hjälp med konkret etablering på en viss marknad



Jag behöver råd gällande lagar, regler eller liknande

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
| <b>Almi:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Utveckla befintlig affär – export</li><li>Utveckla företaget &amp; skapa nya internationella affärer</li><li>Hållbar utveckling</li></ul> | <b>EEN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Internationellt affärsnätverk</li></ul> <b>Business Sweden:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Export project</li><li>Catalyst project</li><li>Export promotion activities</li></ul> <b>UIC</b> <ul style="list-style-type: none"><li>EuroincNet, nätverk av internationella inkubatorer</li></ul> | <b>Almi:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ekonomi och lönsamhet</li><li>Lån</li><li>RisKKapital</li></ul> <b>EKN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Delar risk med banken</li><li>Delar risk med banken när kunden kräver bankgarantier</li><li>Forsäkrar betalningsrisken</li><li>Exportsprånget</li></ul> <b>SEK: Lån</b><br><b>Connect: Kapitalanskaffning i tidig fas</b><br><b>EEN: Personlig rådgivning</b><br><b>Tillväxtverket/Regioner/Almi: Affärsutvecklingscheckar</b> | <b>Business Sweden:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Sales Acceleration</li><li>Market Expansion</li><li>Business Incubation &amp; Operations</li></ul> <b>EEN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Marknadsinformation</li></ul> <b>Stockholms Handelskammare</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Handelsdokument</li></ul> |  |
|--|---|---|---|--|

I Uppsala län är Almi operativt ansvariga för att driva arbetet med Regional Exportsamverkan. Kontakta oss så kan vi berätta mer och introducera er till kontaktpersoner inom Regional Exportersamhet som kan hjälpa er vidare baserat på de behov just ni har. [almi.se/upsala](http://almi.se/upsala)

almi



wwekn

SEK



Stockholms Handelskammare



Region Uppsala



Medfinansieras av Europeiska unionen

RES 2023-2026 syftar till företags- och affärsutveckling för hållbar tillväxt genom ökad internationalisering i små och medelstora företag i Uppsala län. Projektet finansieras av Region Uppsala, Tillväxtverket och Europeiska Unionen Regionala Utvecklingsfonden.

# Viktiga samarbetspartners

- Östsvenska Handelskammaren (medfinansierar)
- Aktörer i regional exportsamverkan är viktiga samverkanspartners
- Projektet vill jobba mer även med andra samverkanspartners, exempelvis juristbyråer och banker

almi

# Vi ger företagen en extra växel



**En fråga vi tar oss med in i alla dessa projekt är:**

**“Vad behöver vi göra annorlunda tillsammans för att företagen faktiskt ska märka skillnad?”**

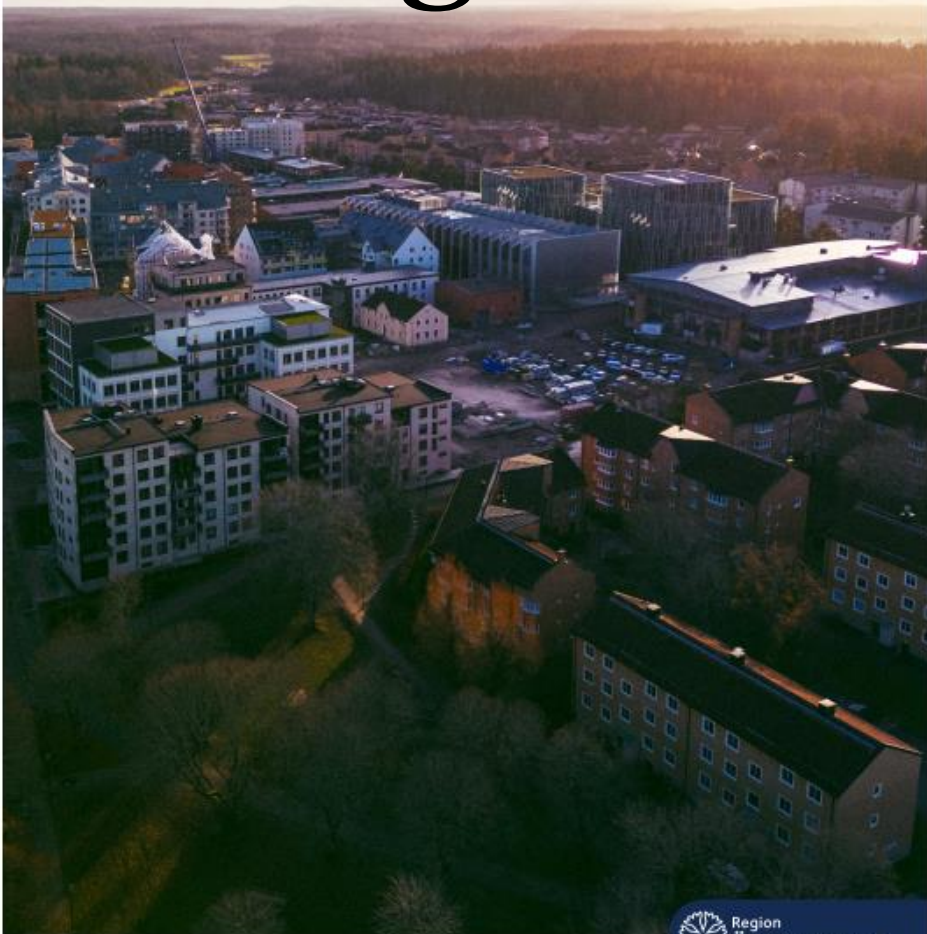
# Investering och etablering



# Investering och etablering

ESBR 2026-04-15

# Uppdrag Region Näringslivs- och innovationsstrategi för Östergötland Östergötland



Strategiskt område

## Investering och etablering

Delmål  
2

### Främja Östergötland som en attraktiv plats för näringslivet

I en tid av ökad global konkurrens är det avgörande att skapa förutsättningar för att befintliga företag ska kunna stanna och växa i hela regionen. Att dessutom prioritera expansion och nya etableringar samtidigt som man är öppen för nya och okända branscher, är centralt för att bygga ett motståndskraftigt näringsliv. Understödjande industrier och tjänstenäringslivet spelar också en viktig roll i den regionala utvecklingen. Varje bransch har sina unika krav när det gäller investering och etablering, vilket kräver tillgång på flexibilitet och anpassningsförmåga. Genom att samverka vid etablering och expansion, och även paketering och marknadsföring av regionen, ökar chanserna för ett växande och hållbart näringsliv.

Attraktiva och prisvärda boendemiljöer och möjligheter till rekreation, kultur och nöjen är också avgörande för att attrahera kompetent arbetskraft och stimulera tillväxt. För att säkerställa att Östergötland fortsätter att vara en attraktiv plats för näringslivets tillväxt, är det viktigt att näringslivets behov finns med i regionala och kommunala planeringsprocesser. Sammantaget innebär det att de centrala prioriteringarna handlar om att attrahera företag till Östergötland, öka etableringarna samt behålla och vidareutveckla de företag som redan finns.

#### Prioriteringar för att nå delmålet:

##### → Attrahera

Insatser kan handla om att omvärldsbevaka, ta fram etableringsanalyser och rapporter samt identifiera branscher och paketera värdeerbjudanden för att attrahera företag till regionen.

##### → Etablera

Insatser kan handla om att vidareutveckla processer för etablering, främja energiomställningen och säkerställa tillräcklig kapacitet för energiförsörjning samt tillgång till verksamhetsmark och lokaler.

##### → Behålla

Insatser kan handla om att vidareutveckla processer för retention och befintliga företags expansion samt paketera värdeerbjudanden.



# Kommunala etableringsstrategier

## Projekt etableringsstrategi

- Linköping - **Policy klar antagen 2021- reviderad 2025 och handelspolicy för Linköpings kommun upphävd och ersatt av reviderad policy.**
- Söderköping - **Klar antagen 2023**
- Valdemarsvik – **Klar antagen 2025**
- Vadstena – **Klar antagande 2025**
- Åtvidaberg – **Klar antagande 2025**
- Norrköping- **Pågående för antagande**
- Motala – **Pågående för antagande**
- Boxholm- **Uppstart 2026**
- Ydre- **Uppstart 2026**
- Ödeshög- **Uppstart 2026**
- Mjölby – **Uppstart 2026**



# Investeringsförfrågningar 2023-2026

| Inriktning               | År   | Effektbehov MW | Arbetsstillfällena | Markanspråk M2 |
|--------------------------|------|----------------|--------------------|----------------|
| Bioekonomi               | 2023 |                | 20                 | 100 000        |
| E-fuel                   | 2023 | 295            | 60                 | 85 000         |
| E-fuel                   | 2024 | 6              | 8                  | 2 500          |
| Bioråvara                | 2024 |                |                    |                |
| Halvledare               | 2024 | 5              | 25                 | 15 000         |
| Life science             | 2024 | 4              | 600                | 150 000        |
| Industrigas              | 2024 | 5              | 5                  | 6 000          |
| E-fuel                   | 2025 | 380            |                    | 200 000        |
| Konstgödsel              | 2024 | 230            | 250                | 200 000        |
| Bioekonomi               | 2024 | 1              | 18                 | 2 000          |
| Elfordon                 | 2024 |                | 175                | 5 000          |
| Cirkulär ekonomi         | 2025 | 5              | 25                 | 14 000         |
| Kemikalier               | 2025 | 7              | 90                 | 33 100         |
| Batterier                | 2025 | 24             | 524                | 190 000        |
| Batterier                | 2025 | 250            | 500                | 100 000        |
| Industrigas              | 2025 | 100            | 15                 | 150 000        |
| E-fuel                   | 2025 | 350            | 135                | 180 000        |
| Bygg/Innovativa material | 2025 | 50             | 33                 |                |
| Metall                   | 2025 | 10             | 155                | 40 000         |
| Datacenter               | 2025 | 30             | 25                 | 60 000         |
| E-fuel                   | 2025 | 15             | 40                 | 6 500          |
| E-fuel                   | 2026 | 60             | 10                 | 4 000          |
| Biokol                   | 2026 | 1              | 3                  | 5 000          |
| Elkraftproduktion        | 2026 | 10             | 750                | 110 000        |

|                   |  |              |              |                  |
|-------------------|--|--------------|--------------|------------------|
| <b>Totalt</b>     |  | <b>1 838</b> | <b>3 465</b> | <b>1 658 100</b> |
| <b>Genomsnitt</b> |  | <b>88</b>    | <b>173</b>   | <b>75 368</b>    |

# Investering och etablering

Det expertstöd som erbjuds kommuner kan bland annat omfatta:

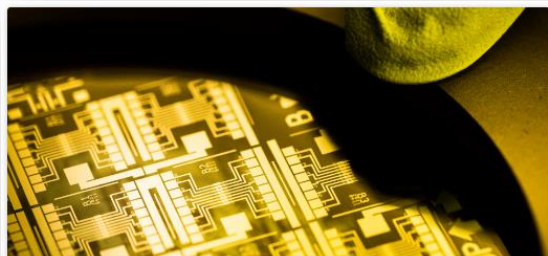
- ✓ Lokala resurskartläggningar kring bi- och restflöden eller andra insatser av relevans för den planerade investeringen
- ✓ Stöd till kommunen med tolkning av kravspecifikation vid en Request For Information (RFI)
- ✓ Identifiering av möjlig finansiering från offentliga stödfunktioner (ex. klimatklivet och industriklivet)
- ✓ Kunskapsstöd vid dialog med företaget och vid planering och genomförande av eventuellt platsbesök
- ✓ Identifiering av – och facilitering av dialog med – eventuella industri- eller andra samverkanspartners
- ✓ Stöd till kommunen med viss datainsamling vid en RFI

# Hemsida

Based on the county's industrial structure, there is also strong expertise in cellulose and lignin. The region offers a high level of academic expertise through Linköping University, which has a strong focus on materials science and functional materials. There are also research centers such as FunMat-II and the Wallenberg Initiative Materials Science for Sustainability, which drive research and development in close collaboration with industry.

## Values that Östergötland can offer companies in Materials

- Incubators and innovation support are provided by actors such as LEAD, Linköping Science Park, Norrköping Science Park, and Innovative Materials Arena.
- There is well-established collaboration with industry actors in electronics, energy, and manufacturing, creating good conditions for companies to develop their products and services.
- Knowledge dissemination from Linköping University, as well as establishing contacts with relevant researchers and students for various assignments (e.g., projects and thesis work).
- Relationship-building activities and contact points towards existing industry and potential partners.
- Support in the development of innovation, commercialization, internationalization, production, and processes.



### Materials

Materials is a strength, with cutting-edge research at Linköping University in semiconductors, printed electronics, metals, and thin-film tech.



### Energy & Battery

Driven by regional ethanol and biogas production. The bioeconomy is a vital area with great growth potential, especially in energy.



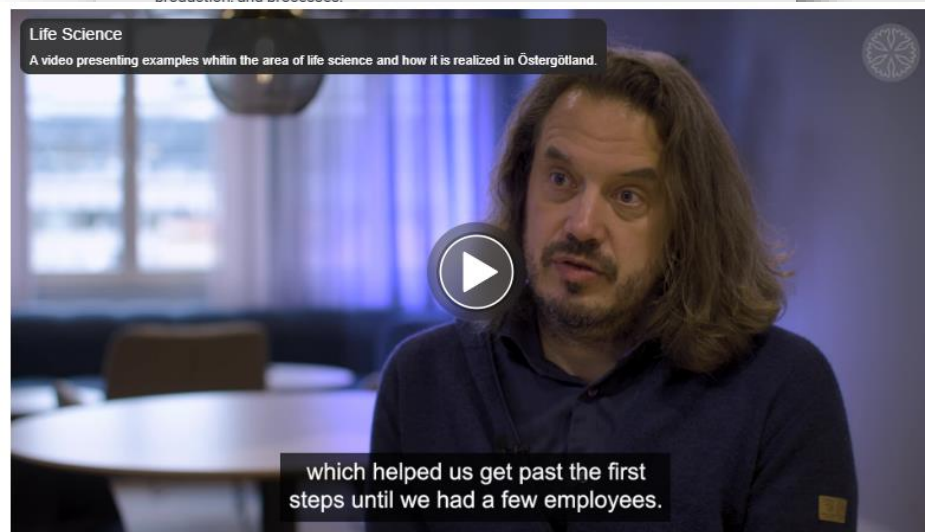
### Life Science

Supported by Linköping University, 40 regional companies, and a top university hospital, with strengths in biomedical imaging, precision medicine, neurotechnology, cancer research, and digital health.



### Digital Technologies

In Östergötland Digital Technologies has a strong business culture with an innovation system characterized by high expertise.





# Strategisk samverkan med Business Sweden – Tyskland

- **Etablerad kontakt (jan 2026):** Business Swedens Tysklandskontor kan identifiera och initiera dialog med relevanta bolag.
- **Tydlig målbild krävs:** Ju mer precist vi definierar vilka typer av företag vi vill attrahera – och varför – desto bättre träffsäkerhet i arbetet. Utgångspunkt: underleverantörer och annan strategisk samverkan.
- **Behovsdriven kartläggning:**
  - Identifiera regionala styrkor (universitet, kluster, ankarföretag), validera lokala företags konkreta behov
  - Definiera en tydlig etableringsprofil (t.ex. industriellt AI-bolag), leverantörs- och samverkansperspektiv i fokus:
  - Dialogerna ska utgå från strategiska värdekedjor och kompletterande kompetenser.
- **Innovationsstödsystemet som möjliggörare:** Kan bidra i befintliga bolagsdialoger – med tydlighet kring hur informationen används (NOSP, LISP, IMA, Cleantech, IUC, LEAD, Almi).
- **Utgångspunkt för insatsen:** Ursprungligen **pulp, paper & packaging** som komplement till utveckling av värdeerbjudande, men efter initierad kontakt med Business Sweden i Tyskland justerad till att genomföras utan någon branschspecifik avgränsning.

| INDUSTRY   | 2026  |   |   |  |   |   |
|--|---|---|---|--|---|---|
| <b>AUTOMOTIVE &amp; BATTERIES</b>                              | ▶ <b>Battery Show Europe</b><br>SWE-GER Summit & Delegation<br><i>Jun 8-11, Stuttgart</i> | ▶ <b>IAA</b><br>Format tbd<br><i>Sep 15-20, Hannover</i>                                | ▶ <b>Battery Innovation Days</b><br>Delegation<br><i>Nov 11-12, Stockholm</i>             |  |   |   |
| <b>DEFENCE &amp; INFRASTRUCTURE</b>                            | ▶ <b>Munich Security Conference</b><br>Delegation<br><i>Feb 13-15, Munich</i>             | ▶ <b>Swedish-German Defence Forum</b><br>Format tbd<br><i>Q2-Q3, Multiple locations</i> | ▶ <b>Deutsche Bahn Railway Buildout</b><br>Delegation<br><i>Q2-Q4, Multiple locations</i> |  |   |   |
| <b>ENERGY</b>  | ▶ <b>NRW Energy 4 Climate</b><br>Roundtable<br><i>Feb 9, Düsseldorf</i>                   | ▶ <b>E-World</b><br>Swedish Pavilion<br><i>Feb 10-21, Essen</i>                         | ▶ <b>Hydrogen Technology World Expo</b><br>Delegation<br><i>Oct 20-22, Hamburg</i>        |  |   |   |
| <b>LIFE SCIENCE, CONSUMER GOODS &amp; DIGITAL TECHNOLOGIES</b> | ▶ <b>ISM</b><br>Swedish Pavillion<br><i>Feb 1-4, Cologne</i>                              | ▶ <b>Broadband Forum</b><br>Business summit<br><i>Q2, Berlin</i>                        | ▶ <b>Food Weeks</b><br>Promotional Campaign<br><i>Jun, Kiel</i>                           | ▶ <b>Bits &amp; Pretzels</b><br>Delegation<br><i>Sep 28-30, Munich</i> | ▶ <b>Smart Country Convention</b><br>Delegation<br><i>Oct 13-15, Berlin</i> | ▶ <b>MEDICA</b><br>Swedish Pavilion<br><i>Nov 16-19, Düsseldorf</i> |
| <b>MATERIALS &amp; INDUSTRIALS</b>                             | ▶ <b>Hannover Messe</b><br>Delegation<br><i>Apr 21-22, Hannover</i>                       | ▶ <b>Interpack</b><br>Visiting program<br><i>May, Düsseldorf</i>                        | ▶ <b>Semiconductors</b><br>Delegation<br><i>Q2, Dresden</i>                               | ▶ <b>Formnext</b><br>Swedish Pavilion<br><i>Nov 17-20, Frankfurt</i>   |   |   |
| <b>MIXED INDUSTRIES</b>  | ▶ <b>Join Sweden Conference</b><br>Conference for German Investors<br><i>Jun, Berlin</i>  |   | ▶ <b>Swedish-German Business Day</b><br>Business Summit & Gala<br><i>Nov 26, Mannheim</i> |  |   |   |

# Dags för fika!



# 2026 års Regionala Världsmästerskap!



Vår bästa gemensamma nämnare  
är:

Namn: (max 4 pers)

SANT

INTE SANT

# Regional platsmarknadsföring



# Platsvarumärke Östergötland

Nuläge

# Uppdrag inom regional platsmarknadsföring

## Bakgrund

Idag saknas ett platsvarumärke och ett narrativ som fokuserar på essensen och den unika karaktären av Östergötland som plats. Projekt Platsvarumärke Östergötland syftar således till att skapa ett platsvarumärke och en platsberättelse för Östergötland som genom både strategiska och operativa insatser attraherar investeringar, talanger och besökare samt stärker stoltheten för alla de som valt Östergötland redan idag.

An aerial photograph of a road winding through a green landscape at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm glow over the scene. Two buses are visible on the road, one in the foreground and one further down. The background shows a body of water and distant hills.

# Vad ska arbetet leda till?

- Positionera Östergötland tydligare.
- Stärka associationerna i syfte att få fler besökare, företag och talanger till näringslivet.

# Att attrahera företag, besökare, studenter och talang, hänger tätt samman

## Attrahera företag

Tillsammans med  
kommunerna och ESBR.

## Attrahera besökare

Tillsammans med  
besöksnäringen.

## Attrahera talanger

Tillsammans med  
Science parkerna.

Utgångsläge i platsmarknadsföringsarbetet

# Två varumärken



visit **Ö**STER  
**G**ÖTLAND

Utgångsläge i platsmarknadsföringsarbetet

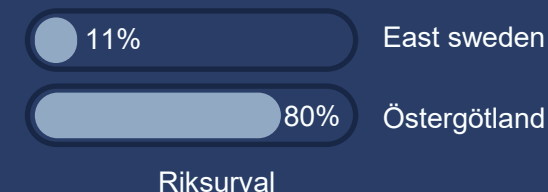
# Fakta & statistik

En nationell undersökning, beställd av Team Östergötland, belyste ett stort utvecklingsbehov av Östergötlands och East Swedens platsvarumärken, med fokus på att öka kännedom, lyfta fram unika styrkor och förbättra perceptionen av regionen som modern och framåtblickande.

Arbetet ligger även i linje med tidigare politiskt inriktningsbeslut kopplat till det regionala platsmarknadsföringsarbetet, att tydligare positionera Östergötland.

## Undersökning

Kännedomen om East Sweden är låg.



## Besökare

Undersökningar från Visit Sweden visar att få vill besöka Östergötland när man jämför med andra regioner i Sverige.

## Vad vi står för

Det finns ingen enhetlig bild vad Östergötland är eller vad Östergötland erbjuder när man googlar.

# Talent City Index Östergötland 2026

- Östergötland ligger på plats 16 av 21
- 9,5 % anger länet som ett potentiellt flyttmål
- Samtidigt ligger länet på plats 5 i faktisk inflyttning
- Vi har alltså ett gap mellan preferens och faktisk rörelse

TCI 2025

|     |    |                      |       |
|-----|----|----------------------|-------|
| =   | 1  | Stockholms län       | 41,0% |
| =   | 2  | Västra Götalands län | 30,1% |
| =   | 3  | Skåne län            | 29,3% |
| ▲ 2 | 4  | Uppsala län          | 21,1% |
| ▼ 1 | 5  | Hallands län         | 19,1% |
| ▼ 1 | 6  | Gotlands län         | 15,6% |
| =   | 7  | Jönköpings län       | 15,4% |
| ▲ 1 | 8  | Dalarnas län         | 13,8% |
| ▲ 2 | 9  | Kalmar län           | 13,8% |
| ▲ 4 | 10 | Södermanlands län    | 12,6% |
| ▲ 2 | 11 | Örebro län           | 11,7% |
| =   | 12 | Norrbottnens län     | 11,6% |
| ▼ 5 | 13 | Blekinge län         | 11,3% |
| ▼ 4 | 14 | Gävleborgs län       | 10,6% |
| =   | 15 | Värmlands län        | 9,9%  |
| ▲ 3 | 16 | Östergötlands län    | 9,5%  |
| ▲ 3 | 17 | Västerbottens län    | 9,2%  |
| ▼ 1 | 18 | Kronobergs län       | 8,8%  |
| ▼ 1 | 19 | Västernorrlands län  | 8,7%  |
| ▼ 4 | 20 | Jämtlands län        | 8,4%  |
| =   | 21 | Västmanlands län     | 7,8%  |

SCB:s inflyttningsstatistik mellan län,  
andel av alla län-till-län-flyttar

|    |                      |       |
|----|----------------------|-------|
| 1  | Stockholms län       | 19,1% |
| 2  | Västra Götalands län | 12,5% |
| 3  | Skåne län            | 10,5% |
| 4  | Uppsala län          | 7,3%  |
| 5  | Östergötlands län    | 5,1%  |
| 6  | Hallands län         | 4,5%  |
| 7  | Södermanlands län    | 4,1%  |
| 8  | Jönköpings län       | 3,9%  |
| 9  | Örebro län           | 3,6%  |
| 10 | Västerbottens län    | 3,6%  |
| 11 | Västmanlands län     | 3,5%  |
| 12 | Dalarnas län         | 2,9%  |
| 13 | Gävleborgs län       | 2,70  |
| 14 | Kalmar län           | 2,6%  |
| 15 | Kronobergs län       | 2,6%  |
| 16 | Värmlands län        | 2,6%  |
| 17 | Västernorrlands län  | 2,2%  |
| 18 | Norrbottnens län     | 2,2%  |
| 19 | Blekinge län         | 1,7%  |
| 20 | Jämtlands län        | 1,7%  |
| 21 | Gotlands län         | 0,9%  |

# Sammanfattning nulägesanalys

Kännedomen om Östergötland är hög i Sverige.

Associationerna är däremot inte lika starka eller positiva. Det är inte alls någon negativ bild. Snarare att den saknar en stark laddning.

De vanligaste fria associationerna är Norrköping, Linköping, landskapet, dialekten och Kolmården.

Östergötland ligger på femte plats när svenskar rankar vart de helst vill flytta. Med fyra andra platser som man hellre flyttar till så minskar chansen till en flytt till Östergötland drastiskt.

Östgötarna själva trivs dock i sin region och skulle gärna rekommendera andra att besöka eller flytta dit.

Kännedomen om East Sweden är mycket låg, även bland östgötar.

Vanligaste associationen till East Sweden är att det handlar om marknadsföring/turism.

Arbetet med platsattraktion i Östergötland framstår som splittrat och utan en tydlig samordnande struktur som förklarar vem som gör vad och varför.

Uppdragsmetod och involvering

# Övergripande



Upphandling

## PLACEBRANDER

Under hösten 2024 genomfördes en upphandling där sex anbud kom in och Placebrander gick vinnande ur processen. Arbetet tillsammans med Placebrander startade upp i januari 2025 och har pågått under hela året.



Styrgrupp, arbetsgrupp och referensgrupp

## PROJEKTORGANISATION

För att säkra både kvalitet och förankring har projektet baserats på en traditionell struktur med styrgrupp, arbetsgrupp och referensgrupp. Där styrgrupp och arbetsgrupp består av personer inom Region Östergötland och referensgruppen har representation från aktörer i hela Östergötland.



Nulägesanalys

## VAR VI BEFANN OSS

Placebrander började med att gå igenom befintliga underlag och genomföra en medieanalys. Därefter gjordes två nya undersökningar – en regional och en nationell – samt djupintervjuer med aktörer i länet. Allt sammanställdes i en nulägesanalys som presenterades för projektorganisationen och följdes av en workshop med referensgruppen.



Samskapande

## VAR VI ÄR PÅ VÄG

För att platsberättelsen ska kännas trovärdig krävs ett brett samskapande. En första idé till varumärkesplattformen har presenterats för projektorganisationen i den här fasen, och både enkäter och två workshops har genomförts med referensgruppen för att samla in ett brett och relevant underlag.

Uppdragsmetod och involvering

# Så gjorde vi



## Ett brett och inkluderande arbetssätt

Aktörer från hela Östergötland har bjudits in att delta. Samtliga kommuner, Science Parks, Handelskammaren, besöksnäring, universitetet och Länsstyrelsen bjöds in att vara med. Många valde att vara med men inte alla. Referensgruppen har kompletterats med kompetens från Regional utveckling och styrgruppen har bestått av regionutvecklingsdirektör och kommunikationsdirektör.



## Stort intresse och varierande deltagande

Processen har mötts av ett bra intresse, även om deltagandet varierat mellan olika organisationer och tidpunkter. Flera aktörer har medverkat vid de tillfällen de haft möjlighet och bidragit med viktiga perspektiv. Sammantaget har engagemanget varit högt och gett projektet en bred förankring.



## Förändrad attityd och växande engagemang

Under processens gång har en attitydförändring noteras. En initial skepsis som uttrycktes av några aktörer har successivt övergått i ett mer öppet och konstruktivt engagemang. Denna förflyttning har varit betydelsefull för att skapa förståelse och vilja att medverka i utvecklingen av ett gemensamt platsvarumärke för Östergötland.

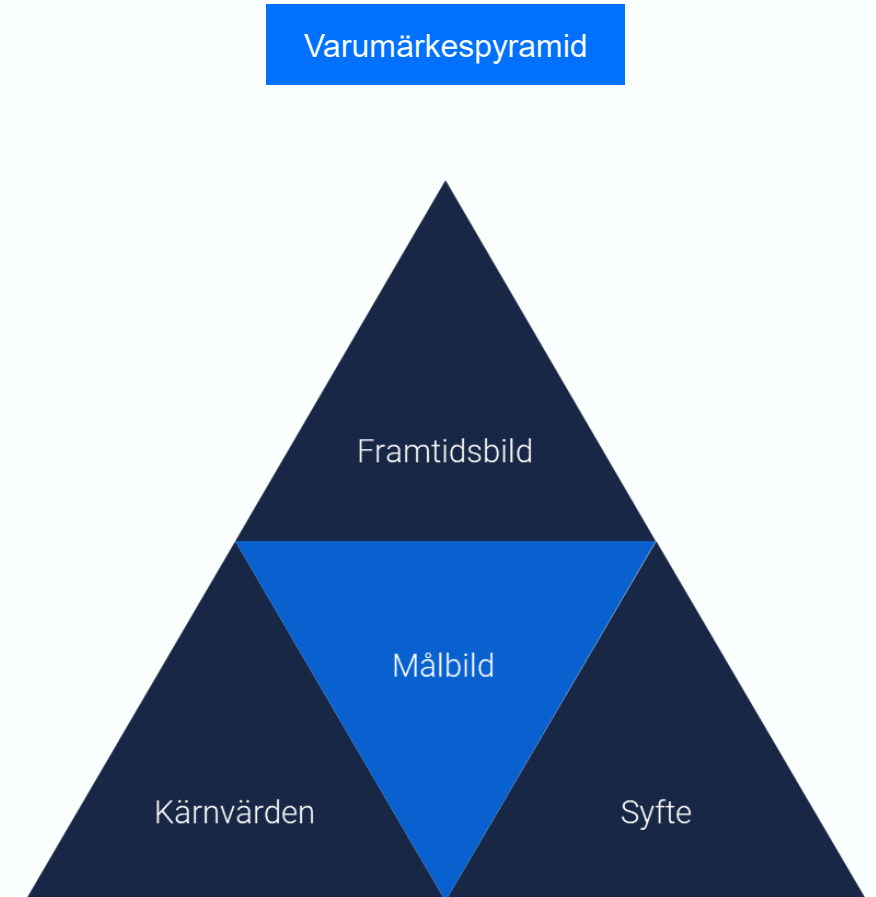
# Var vi står idag

- ✓ **Varumärkesplattform/strategi**

Arbetet under året har lett fram till beslut att ta fram en strategisk varumärkesplattform för Östergötland. Fokus ligger på att skapa en gemensam grund för hur regionen kan beskrivas och presenteras, baserat på det som gör Östergötland relevant och attraktivt för olika målgrupper. Plattformens syfte är att ge aktörer i regionen förutsättningar att beskriva och representera Östergötland på ett sammanhållet och trovärdigt sätt.
- ✓ **Logga, slogan och grafiskt manér**

Detta arbete har inte handlat om att ta fram en ny logotyp, slogan eller grafisk profil så som East Sweden. Fokus ligger på innehåll, riktning och samsyn – inte på ett yttre formspråk. Något form av grafiskt uttryck ska tas fram men har inte varit det primära fokuset.
- ✓ **Platsberättelse**

Platsberättelsen beskriver vad som gör Östergötland relevant, attraktivt och särskiljande, och ska fungera som en gemensam röd tråd i kommunikation, marknadsföring och dialog med målgrupper. Platsberättelsen sammanfattar syfte, mål, kärnvärden, styrkor och den identitet som arbetet har ringat in, och kan användas av hela regionens ekosystem.



# Nästa steg i processen

I den kommande fasen ska en fördjupning och konkretisering av varumärket göras utifrån dessa perspektiv:

- **Målgruppsanpassning** – att tydliggöra hur den gemensamma berättelsen om Östergötland kan ta form för olika målgrupper, såsom talanger, företag, investerare, besökare och invånare – med bibehållen kärna och igenkänning i uttrycket.
- **Uttryck** – att skapa ett inspirerande visuellt uttryck som bär berättelsen om Östergötland. Utan att ta fram en logotyp eller slogan.
- **Användning** – utbilda, inspirera och praktiskt visa hur varumärket kan tillämpas i olika sammanhang och kanaler.
- **Engagemang** – att stärka förståelsen, stoltheten och viljan att använda varumärket hos aktörer i regionen.

Arbetet omfattar både att förfina den strategiska grunden och att ge varumärket liv i praktiken samt en strategi för framtida användandet av East Sweden och Visit Östergötland som varumärken.







ÖSTERGÖTLAND

Östergötland är balans.

Som ett spirande frö,

planterad på historisk mark,

och med en otrolig inneboende växtkraft,

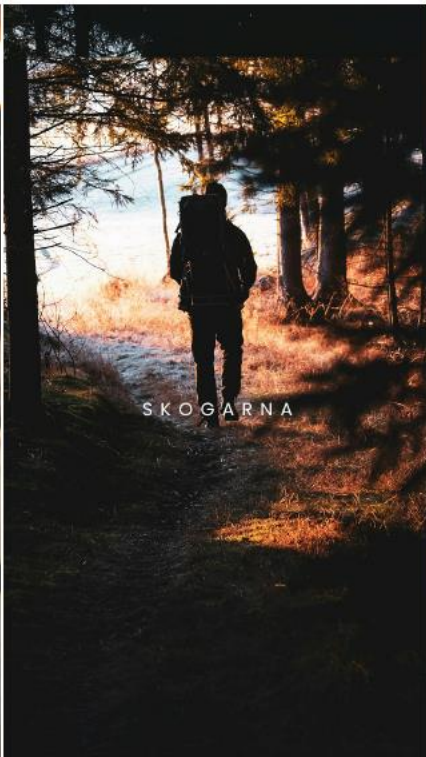
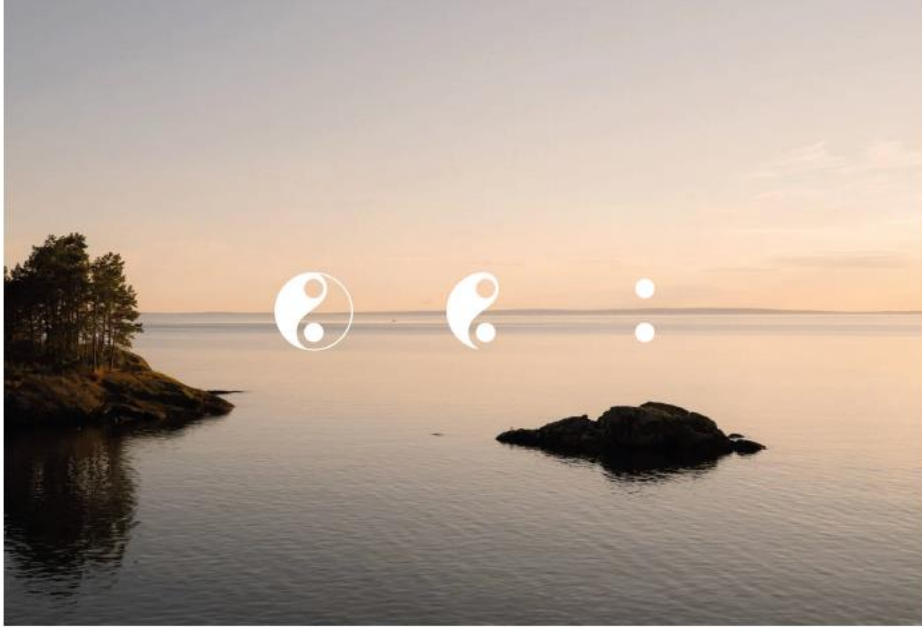
strävar uppåt och framåt.

Men som aldrig

glömmer bort sina rötter.

ÖSTERGÖTLAND



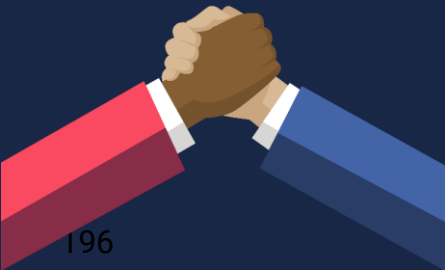




Region

Östergötland

# Social innovation



# PARI – Paths for Rural Innovation

“Clusters for Social and Ecological innovation to improve quality of life in rural areas.”

REVES

Region  
Östergötland

Gobierno  
de Navarra

Nafarroako  
Gobernua



diesis  
network

anel

COMPANION  
KOOPERATIV UTVECKLING

Torres Vedras  
Câmara Municipal



KARTLÄGGNING OCH UTVÄRDERING AV  
ÖSTERGÖTLANDS  
INNOVATIONSEKOSYSTEM

2023-10-30

**2 AKTÖRSKARTLÄGGNING**

2.1 KOORDINATORER FÖR STYRKEOMRÅDEN

2.1.1 Cleantech Östergötland

2.1.2 Innovative Materials Arena

2.1.3 Linköping Science Park

2.1.4 Norrköping Science Park

2.2 AKTÖRER MED TEMATISK INRIKTNING

2.2.1 Agro Öst

2.2.2 Agtech 2030

2.2.3 Energikontoret

2.2.4 Vreta Kluster

2.2.5 Aerospace Cluster Sweden

2.2.6 Logistikia

2.2.7 East Sweden Game

2.2.8 East Sweden Medtech

2.2.9 Visual Sweden

2.3 AKTÖRER MED GENERELL INRIKTNING

2.3.1 ALMI Östergötland

2.3.2 LEAD

wsp

8

8

9

10

11

13

13

14

14

15

16

17

18

19

20

21

21

22

# Varför?

Normen för innovation/innovatörer/innovativa kluster behöver nyanseras och kompletteras så att vi får strategier som stärker och möjliggör för en bredd av innovatörer och innovation

Vilka innovatörer har du mött?

Har du mött en Efraim i en annan skepnad?

Hur kunde du möta behoven och stärka en innovatör?



# Snacka om sjukt



Se separat  
PPT med  
Efraims bilder

# Vad tar vi med oss?



# Tack för de här dagarna!

