

Har Sydvästsverige rätt förutsättningar för att vara attraktivt för etableringar och kompetens?

Tillväxtkraft Sydvästsverige
Halmstad, den 27 augusti 2026

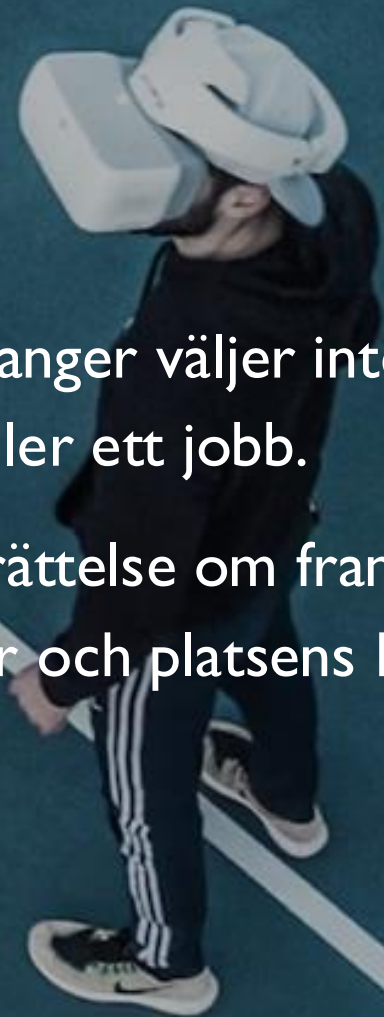
Future Place
Leadership™



Future Place Leadership är en data-driven konsultbyrå som är specialiserade på att hjälpa platser – som städer, regioner, länder och innovationsmiljöer – att bli mer attraktiva för arbetskraft, inflyttare, företag och investerare. Kunderna finns över hela Europa. Future Place Leadership är en del av Talent Venture Group.



Jessica Skantze

A person wearing a VR headset and a white cap, walking on a blue surface with white lines.

Investorerare och talanger väljer inte bara en plats
eller ett jobb.

De väljer en berättelse om framtid, livsstil,
möjligheter och platsens känsla.

Check-in-menti

Vilka ord, känslor och associationer väcks hos dig när du tänker på Halland och Sydvästsverige?

(resultat på kommande slide)

Gå till menti.com och knappa in koden 7477 1965



Associationer till Halland



■ Halmstad ■ Varberg ■ Falkenberg ■ Kungälv ■ Laholm

Källa: Talem City Index - Fokus Halland, 2025

Figuren visar ett urval av fritextsvar som respondenterna lämnat på frågan: "När du hör namnet [stad], vilka tankar, känslor eller associationer väcks hos dig?" Urvalet omfattar Halmstad (151 svar), Varberg (161 svar), Falkenberg (172 svar), Kungälv (173 svar) och Laholm (328 svar).

PLATSVARUMÄRKE

Ett platsvarumärke är den samlade mentala bilden – bestående av associationer, uppfattningar och känslor – som människor kopplar till en plats.

Den bilden påverkar i sin tur viljan att besöka, flytta eller investera.



BESÖKSNÄRING

Upplevelse

Identitet

Känsla

→ Skapa lust & nyfikenhet



INVESTERINGSFRÄMJANDE

Affärsnytta – t ex tillgänglig
talangpool

Konkurrensfördel

ROI – Return of Investment

Riskminimering

→ Skapa trygghet & framtidstro

TOPPLISTAN FÖR UTLÄNDSKA DIREKTINVESTERINGAR I SVERIGE (FDI)

- I. Talent and Skills:** Access to skilled talent and strong innovation ecosystems is a major driver of investment.
- I. Stability and Predictability:** In an unpredictable global environment, investors prioritize economic stability and regulatory predictability. Developed markets continue to be attractive destinations for investment due to their safe, stable environments with transparent rules and strong economic fundamentals.
- I. International Integration:** While global FDI flows have remained relatively steady, companies are increasingly focused on where they can access talent and innovation, sometimes irrespective of trade barriers.



International Migration Outlook 2025

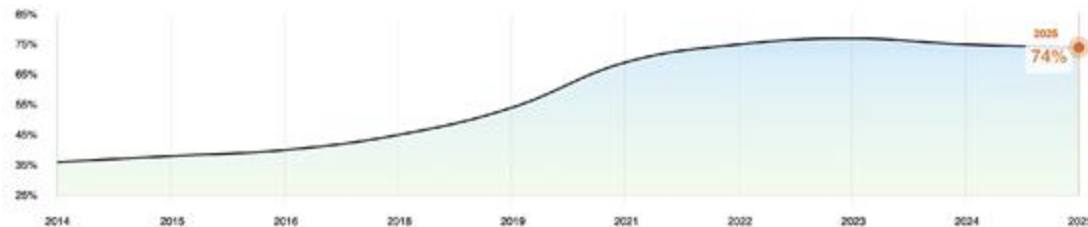
49th Edition



Källa: [International Migration Outlook, 2025, OECD](#)

Varför är
detta viktigt?

Global kompetensbrist (snittvärde)



Källa: Manpower Global Talent Shortage 2025

Kompetensbrist i olika branscher



Källa: Manpower Global Talent Shortage 2025

Arbetskraft
längre bort



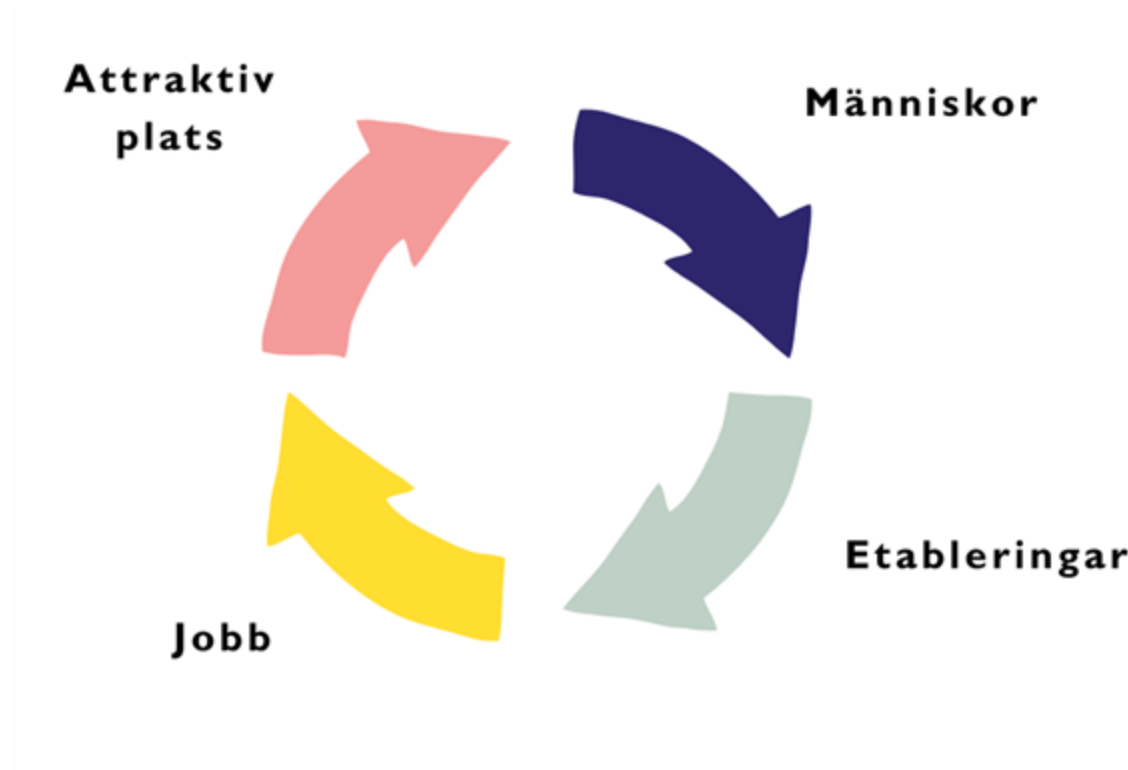
Arbetsgivarvarumärket
svagare



Platsvarumärket
viktigare



Hur ser Hallands attraktionsprofil ut?



TalentCityIndex™ 2025

Sverige

FOKUS: Halland

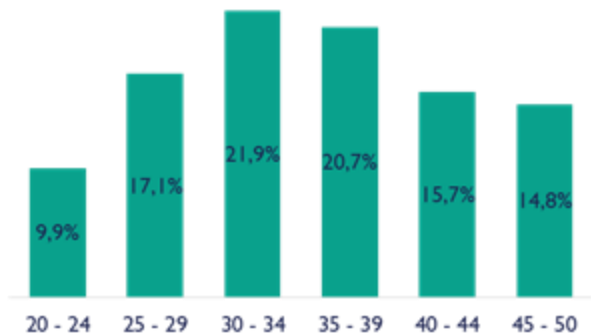
Future Place
Leadership™



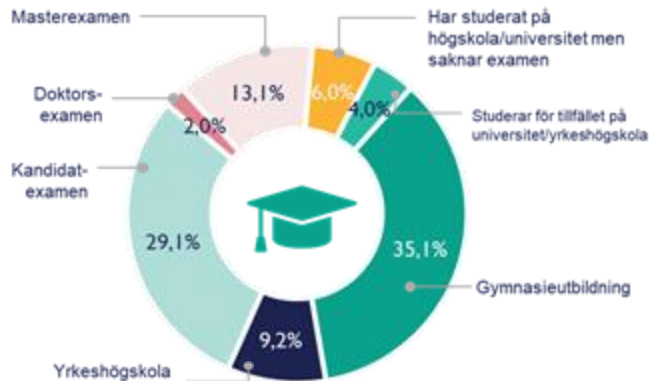
3683
respondenter



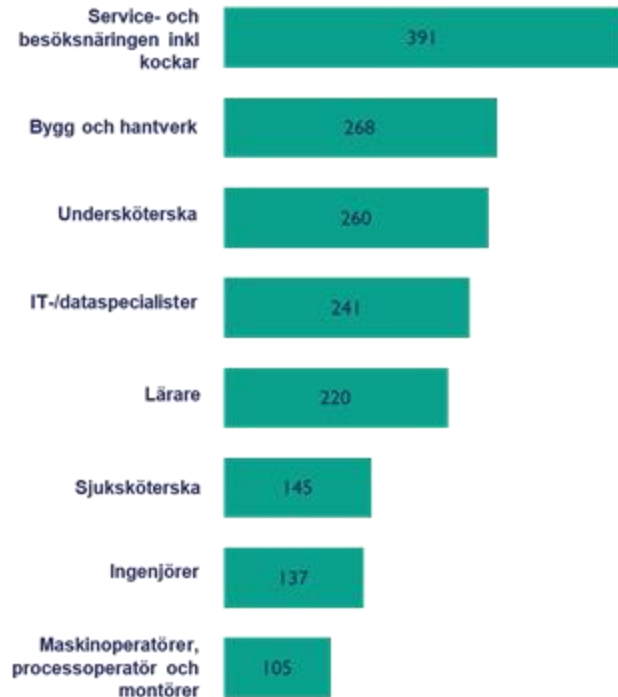
Ålder



Utbildningsnivå



Yrken



Mer än 30 000 respondenter



Hur attraktivt är Halland som plats att jobba och bo på?

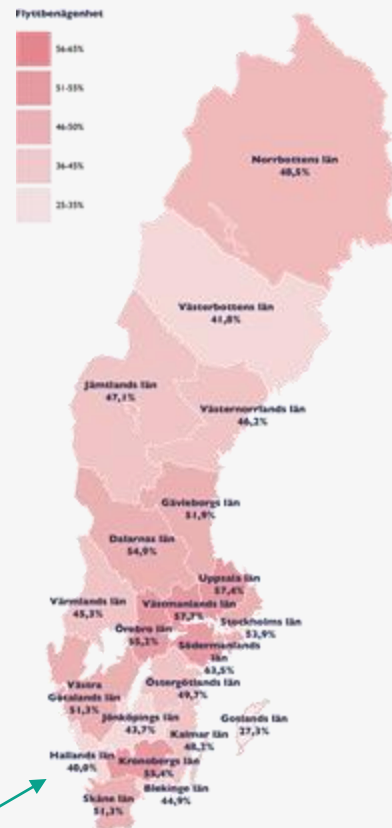
Hallands ranking på länsnivå

=	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%

Nöjdhetsindex i Talent City Index – hur trivs invånarna i Sverige?

Rank	Län	Viktat betyg
1	Halland	4,32
2	Stockholm	4,25
3	Västra Götaland	4,20
4	Uppsala	4,19
5	Jönköping	4,08
6	Värmland	4,02
7	Örebro	4,02
8	Västernorrland	4,02
9	Skåne	4,01
10	Västerbotten	4,01
11	Östergötland	3,95
12	Norrbottn	3,95
13	Västmanland	3,95
14	Kalmar	3,95
15	Gotland	3,95
16	Blekinge	4,19
17	Jämtland	3,88
18	Kronoberg	3,86
19	Dalarna	3,86
20	Gävleborg	3,82
21	Södermanland	3,71

Flyttbenägenhet i Talent City Index



Hallänningarna – lyckligast i Sverige?

DAGENS NYHETER. Nyheter Sverige Världen Ekonomi Kultur Sport Klimatet Ledare DN Debatt ≡ h

SVERIGE

Sakerna som gör svensken lycklig

Uppdaterad 2026-08-09 Publicerad 2026-08-09



“En äldre tillika emotionellt stabil hallänning som har sina politiska sympatier någonstans i mitten. Så, på ett ungefär, ser den lyckligaste svensken ut.”

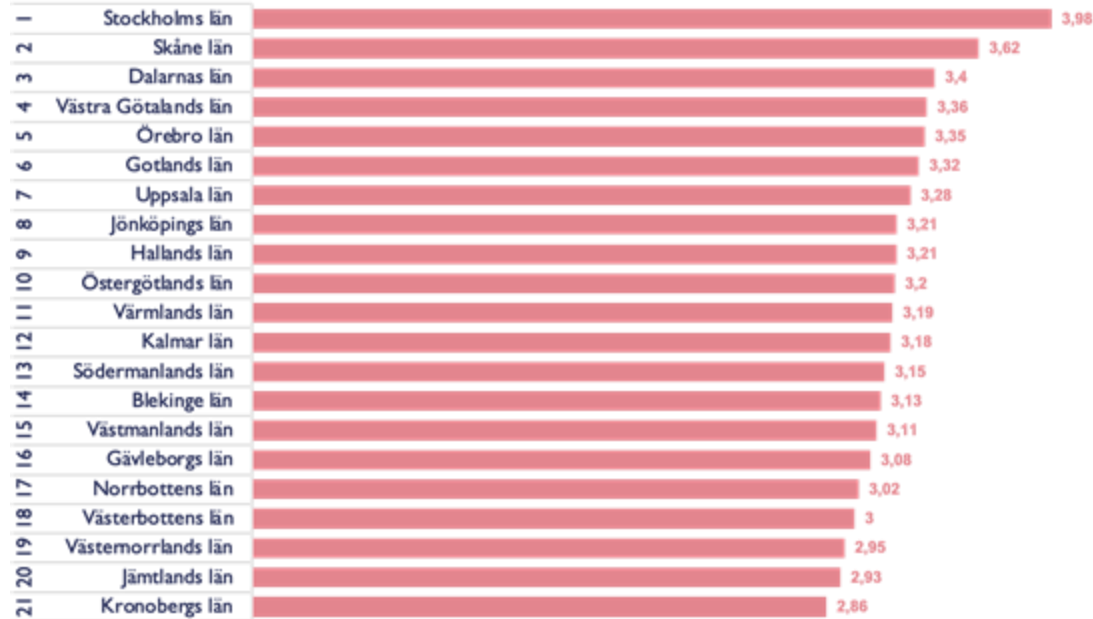
**August Nilsson, psykologiforskare
Lunds universitet**

Future Place
Leadership™

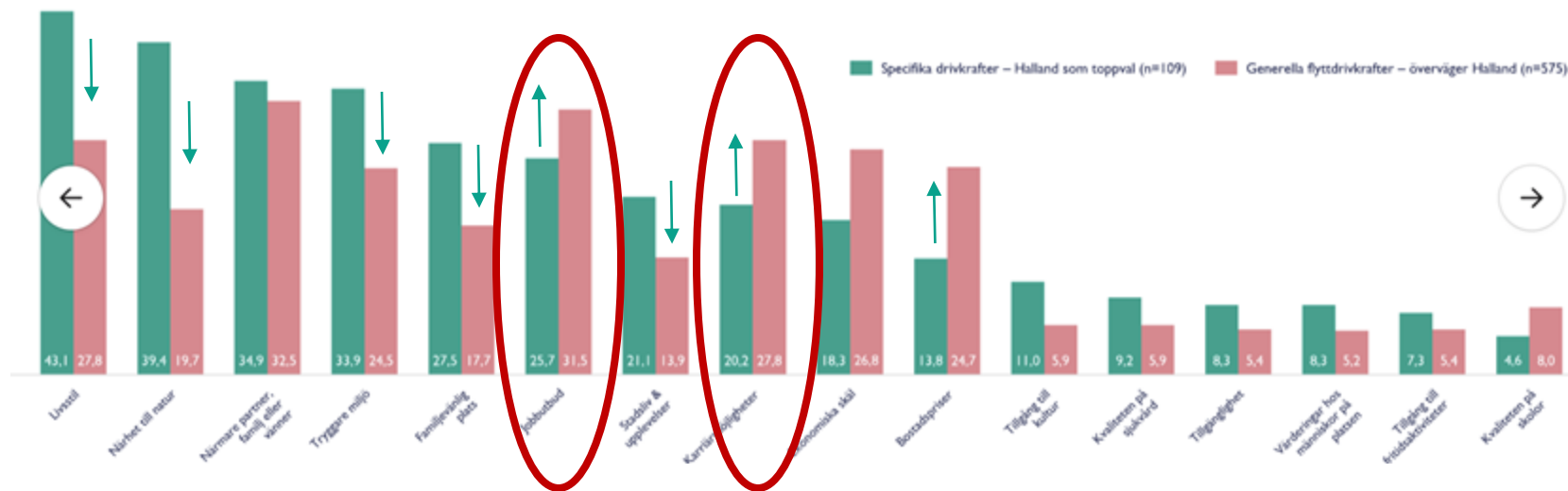
Hög
attraktionskraft
Hög inflyttning
Hög nöjdhet

Men var
klämmer skon?

Hallands likeability



Halland som jobb-och karriärdestination



Hallands relativa attraktionsfaktorer – kommunnivå

	Placering allmän ranking/ Kategori	Halmstad 8	Falkenberg 23	Varberg 12	Kungsbacka 20	Laholm 63
	Trevlig	9	19	14	31	74
	Trygghet	17	28	11	23	43
	Hållbarhet	14	26	44	29	42
	Livskvalitet	15	23	20	24	52
→	Kreativitet och innovation	19	50	33	29	59
	Familje- vänlighet	7	18	10	11	68
	Vacker	13	14	7	21	59
→	Företags- klimat	24	54	38	36	37

Halland rankar lågt bland tekniska yrkesgrupper

Processoperatörer

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

Ingenjörer

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

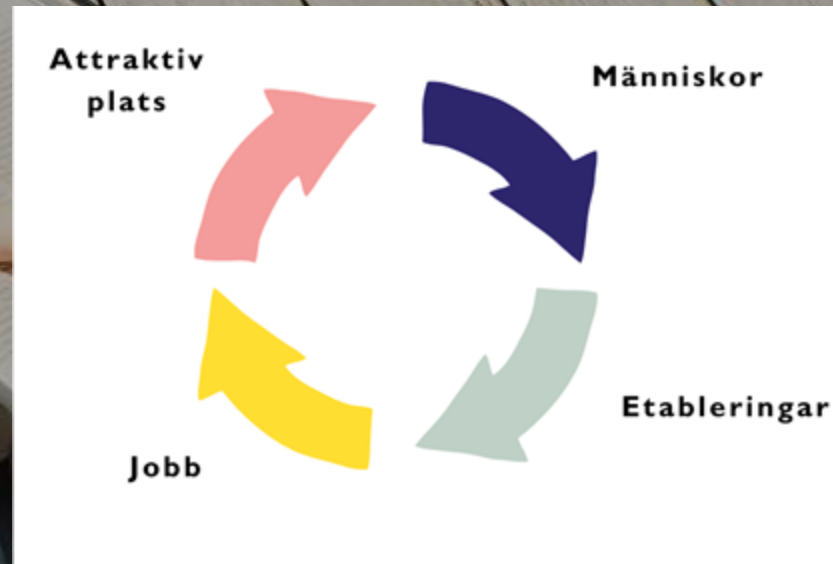
Undersköterskor

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



Vad behöver Halland fokusera på framåt?

- Öka er likeability – emotionell förstärkning av platsvarumärket
- Förstärk berättelsen om Halland som en jobb- och karrärdestination
- Skapa tydliga konkurrensfördelar till investerare genom att locka specifika yrkesgrupper



Tack!



Jessica Skantze

js@futureplaceleadership.com

+46 70 794 9021

futureplaceleadership.com

