

Workshop

15 oktober



Innehåll



- **Introduktion**
- **Övning 1**
- **Övning 2**
- **Summering och vad händer nu?**
- **Sammanställning från workshop**

Hello Halland

Insikter och insatser för stärkt kompetensattraktion i Halland

Hello Halland

- Ett regionalt initiativ som svarar på arbetsgivarnas största tillväxthinder: brist på kompetens
- Syftar till att stärka Hallands attraktivitet som karriärdestination
- Skapar förutsättningar för både arbetsgivare och arbetskraft
- Pågår juni 2025 – juni 2026

Bakom initiativet

- Drivs av Region Halland
- Bred samverkan mellan kommuner, arbetsgivare, akademi och främjare
- Placebrander leder processen

Regional utveckling

Näringsliv

Näringslivsavdelningen arbetar med att skapa förutsättningar för Hallands näringsliv att växa hållbart och skapa jobb åt invånarna.

Med sikte på förnyelseförmåga och konkurrenskraft samverkar och arbetar vi tillsammans med flera andra aktörer inom sju prioriterade områden:

Företagande

Kompetens

Digitalisering

Internationalisering

Innovation

Grön omställning

Attraktionskraft



**Bästa Livsplatsen
Regional Utvecklingsstrategi 2035**

Strategi för hållbar tillväxt 2021-2028



Strategiskt område

Förnyelseförmåga och konkurrenskraft

Utbildning och kompetens

Prioritering

Positionera Halland för att attrahera besökare, kompetenser, företag och investeringar

Tillvarata och utveckla relevant kompetens för att möta arbetsmarknadens behov

Region Hallands roll

Utifrån Region Hallands regionala utvecklingsansvar och uppdrag att leda den regionala utvecklingen, agerar Region Halland inom sex olika funktioner/roller



Kompetensattraktion i en regional kontext

- Samverkan och processledning
- Positionera Halland som karriärdestination
- Strategisk förankring
- Kunskap och påverkan



Hello Halland: målet med arbetet

- Gemensam nulägesbild av Halland som karriärdestination
- Rekommendationer kring positionering, prioriteringar och målgrupper
- Förslag på hur vi kan samverka för att attrahera kompetens
- Lägga grunden för ett långsiktigt gemensamt arbete inom området

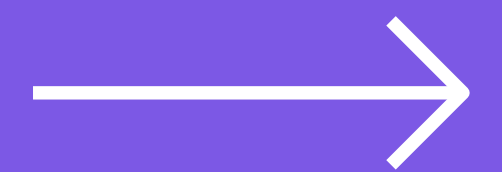
Arbetsgrupp

- Representanter från kommuner, region och akademi
- 6–8 möten under året + workshops
- Bidrar med insikter, kunskap och idéer för konkreta lösningar
- Första mötet: 2 oktober

Referensgrupp

- Företag, företags- och näringslivsfrämjande organisationer, offentlig sektor, akademi, ideell sektor, näringslivschefer, nationella myndigheter, internationella nätverk/partners
- 2–3 digitala möten under året + workshop i oktober
- Bidrar med perspektiv för relevans och spridning
- Viktig kanal för förankring i hela Halland

Nu kör vi!!!



"Sveriges största tillväxthinder: bristen på kompetens" — Svenskt Näringsliv

"Fyra av fem företag hittar inte rätt kompetens" — Almega 2025

"Vård, skola och industri skriker efter arbetskraft" — SVT Nyheter

"Rekordbrist på yrkesutbildade – hotar välfärden" — Dagens Nyheter

"Digitaliseringen kräver 70 000 nya IT-specialister" — Computer Sweden

"Kommuner tvingas tacka nej till etableringar – får inte tag på folk" — SR

"Unga flyttar – men jobben stannar: regionerna kämpar för att attrahera kompetens"

— Dagens Samhälle

"I Halland står varannan utbildningsgrupp i risk för brist till 2035." — Kompetensförsörjning i Halland





När ni är redo startar vi gemensamt upp arbetet.

Moment

- Uppstartsmöte med styrgrupp
- Inläsning på befintlig dokumentation
- Leverans av detaljerad tidsplan

Moment

- Omvärldsbevakning
- Benchmark
- Medieanalys
- Regional undersökning
- Summering och analys av nuläge

Moment

- Arbetsmöte kring nulägesanalys
- Workshop – fokus framtida position & profilbärare
- Workshop – fokus målgrupper
- Intervjuer målgrupp
- Summering och analys av samskapande

Leverans

Samskapandeanalys

Moment

- Arbetsmöte kring samskapandeanalys
- Framtagande av förslag av position, målgrupper, profilbärare, budskap, samverkan, samhandling och strategier för Halland som karriärdestination.
- Test av ovan nämnda förslag på relevanta aktörer
- Revidering

Moment

- Slutgiltigt framtagande av rapport samt tilltalande populärversion.

Leverans

Leverans av rapport kring totala processen samt visuellt tilltalande populärversion.

Moment

- Workshop med arbetsgrupp
- Workshop med kommuner/politiker
- Workshop med näringsliv/nyckelintressenter

Introduktion



Vad är ett varumärke?

Vad är en plats?

Vad är ett platsvarumärke?

- Det handlar om att hitta platsens själ
- Det handlar INTE om att ta fram en slogan
- Det gäller att formulera löftet till sin målgrupp och sedan leva upp till det



södertälje

destination
södertälje



*Tom Tits
Experiment*



**Södertälje
kommun**



**SÖDERTÄLJE
SCIENCE
PARK**

Placebrander

Vad gör en plats attraktiv?

Det som görs på platsen

Det som sägs om platsen



Vad är platsutveckling?

Att arbeta med hållbar platsutveckling är att skapa attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar.

Arbetet utgår från den specifika platsens förutsättningar, utmaningar och behov.

→ Tillväxtverkets definition



Vad skapar attraktionskraft?

- En plats där man upplever och konsumerar
- En estetiskt tilltalande plats
- Bra kommunikationer
- God offentlig service

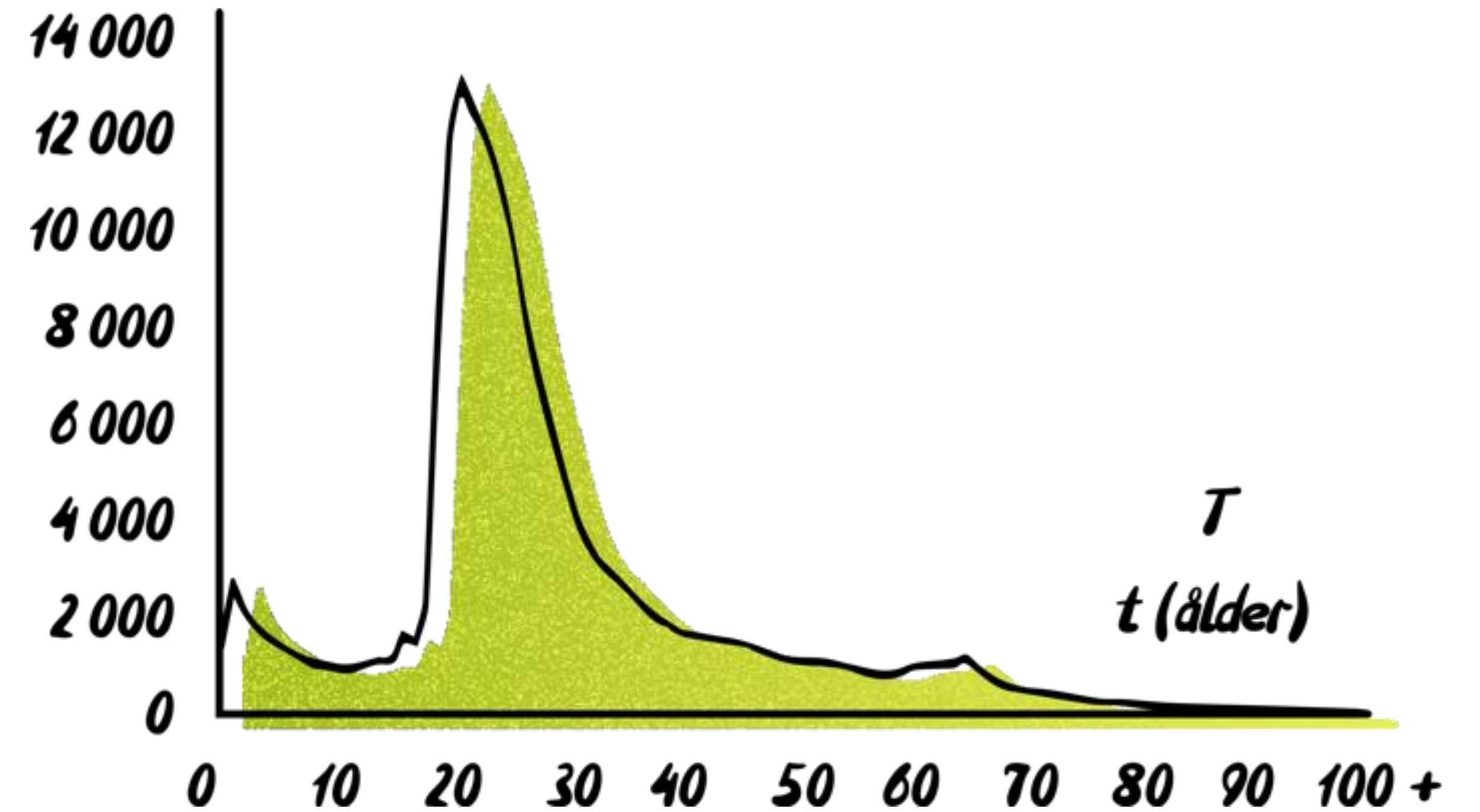
Källa: Charlotta Mellander, professor i Nationalekonomi

”Förr flyttade vi dit jobben fanns. Idag ser vi att folk drar folk och där människorna finns tillsammans med en attraktiv livsmiljö, där uppstår jobben.”

– Charlotta Mellander, professor i nationalekonomi vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping



Flytt över kommungräns



Heja eldsjälarna och hurra för byråkraterna!

- hur pratar vi om varandra?



Platsens mod (och ork)

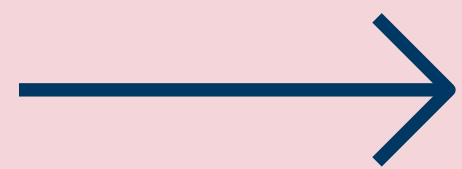


Photo Credit: u/Thereaper29 / Reddit

Placebrander

Hur och vad vi berättar



Placebrander

Vem ska platsen
passa?



Photo: Iria Belenguer / Bernard van Leer Foundation

Bärande insikter med fokus positionering

→ Risk att försvinna i mängden

Många regioner kommunicerar liknande värden – natur, balans och livskvalitet. Halland måste förtydliga vad som gör just Halland unikt i konkurrensen om talanger.

→ Synliggör spetsen

Styrkorna inom smart specialisering (vård & hälsa, hållbara samhällen, intelligenta system, innovativ affärsutveckling) behöver göras synliga för att ge Halland en distinkt karriärprofil.

→ Från livsplats till karriärdestination

Attraktionskraften kan inte enbart bygga på livskvalitet. Halland måste visa på karriärmöjligheter, innovation och näringslivsutveckling.

→ Samordning ger trovärdighet

I dagsläget kommunicerar aktörer parallellt (Visit Halland, Invest in Halland, kommuner). En gemensam berättelse är nödvändig för att undvika dubbla spår och för att stärka Halland som karriärregion

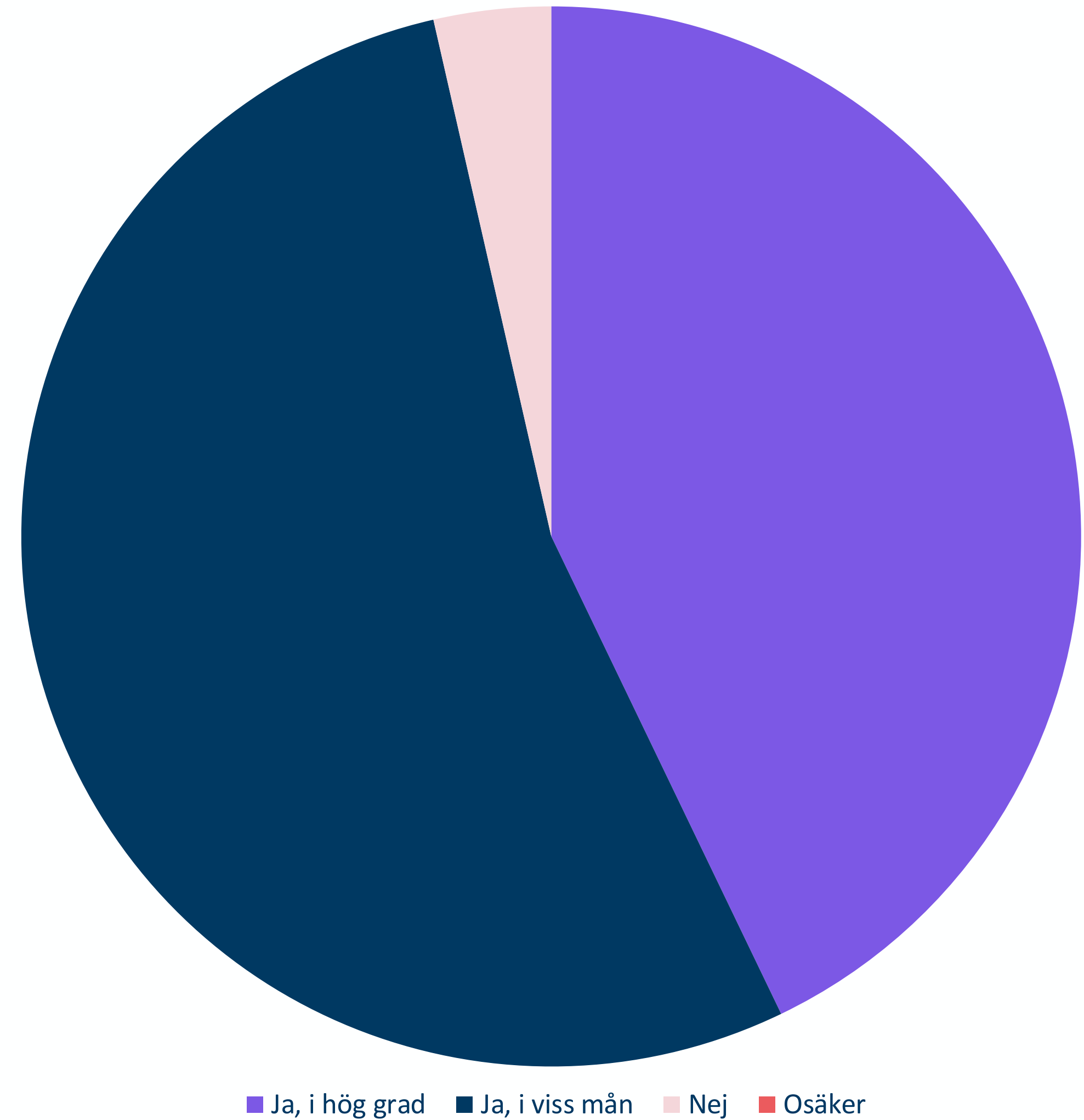
→ Skärp målgruppsanpassningen

Olika yrkesgrupper och marknader drivs av olika faktorer. Positioneringen måste segmenteras för internationella talanger, studenter, högspecialiserade branscher och välfärdsyrken.

→ Positioneringen påverkar direkt

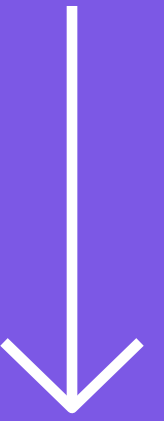
En tydlig karriärprofil kan minska kompetensglapp, stärka studentretention och komplettera bilden av Halland bortom turism, så att platsen ses som en året-runt-karriärdestination.

**Tror du att platsen är
avgörande för att
attrahera kompetens?**



Nationellt

- **Närhet till vardag och balans:** Man lyfter ”nära till allt”, bra skolor, trygghet och prisvärda boenden. Viktigt för barnfamiljer och pendling.
- **Lokala anknytningar:** Starkt fokus på det halländska – att känna platsen, lokala kunder, föreningsliv, jakt, fiske, kommunens engagemang.
- **Utvecklingsregionen Halland:** Nya bostadsområden, entreprenörskap, arbetsmarknadens bredd.
- **Attraktionskraft = kombination jobb + livsstil:** En bra livsplats där man kan leva gott samtidigt som man arbetar.



Internationellt

- **Strategiskt läge i Norden/Europa:** Närheten till Göteborg, Köpenhamn, Malmö och Oslo samt internationella flygplatser blir särskilt viktigt. ”Sveriges framsida – nära kontinenten”.
- **Global jämförelse:** Halland positioneras i relation till andra kuststäder och internationella livsstilsdestinationer.
- **Natur + internationellt lifestyle-tilltal:** Surf, hav, fiske, friluftsliv presenteras mer som internationellt gångbara argument.
- **Livskvalitet på engelska:** ”High quality of life with nature and the sea at your doorstep...” visar på ett mer internationellt anpassat språkbruk.
- **Mindre fokus på praktiska detaljer** som skolor och daglig pendling, mer på livsstil, kultur och natur i kombination med tillgänglighet mot omvärlden.

Här börjar dagen med breathwork på stranden och slutar med ett kommunmöte om hållbar innovation (som ändå alltid handlar om surf).

Vi har fler elcyklar än parkeringsplatser och en orubblig tro på att kaffet smakar bättre om det är lokalrostat, ekologiskt och har en storytelling.

Vi tror på balans i livet – därför tar vi möten barfota, kallar våra kollegor för “kluster” och pratar hellre om “energi” än om budget.

Vi har surf i norr, skog i söder och självtillit däremellan.

Vi älskar näringsliv, men helst om det doftar tång.

Vi tycker att regn är “naturlig exfoliering” och att sand i hallen betyder att man lever livet rätt.

Och vi är stolta över att ha Sveriges mest harmoniska pendlare – för tåget går ändå inte i tid.

Vi är Halland – mellan havet och hygget, där självkänslan är större än folkmängden!

Workshop



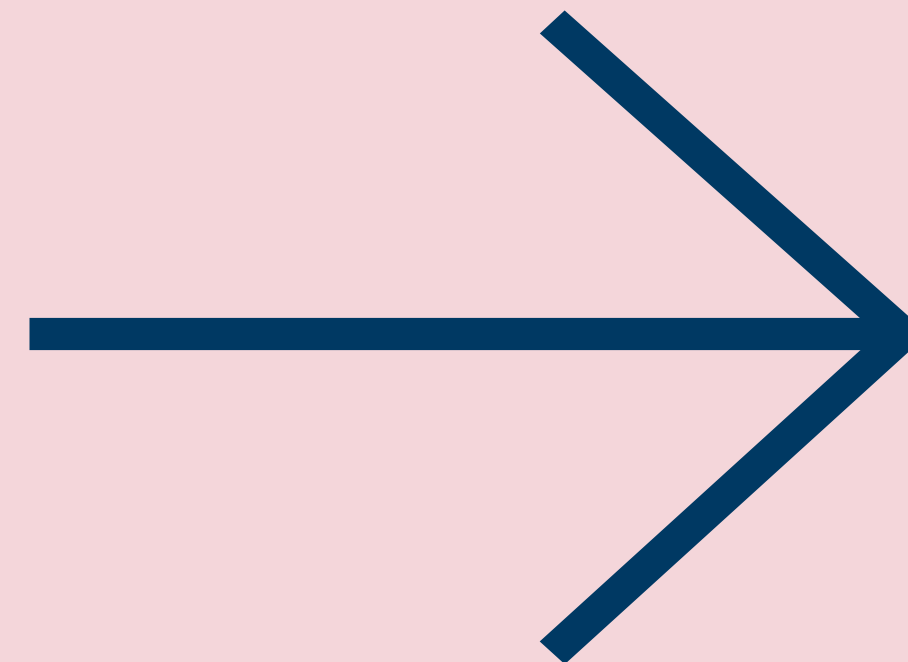
Önskad positionsförflyttning

Så uppfattas vi idag

- Vad vi går från

Så uppfattas vi i framtiden

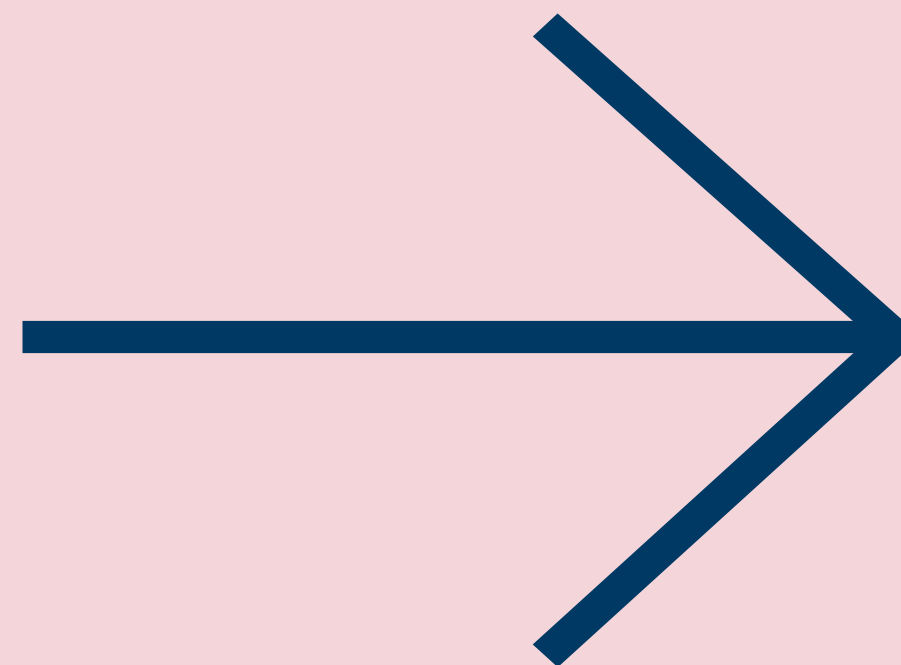
- Vad vi vill gå till



Önskad positionsförflyttning

Så uppfattas vi idag

Platsen sänder ut en spretig bild av en mängd tillgångar, alla med vackert väder och värme. De verkar ha forskning och arbeten inom allt, så är det nära till alla, de har ett unikt logistiskt läge, en fantastisk natur och så är folk hjälpsamma där.



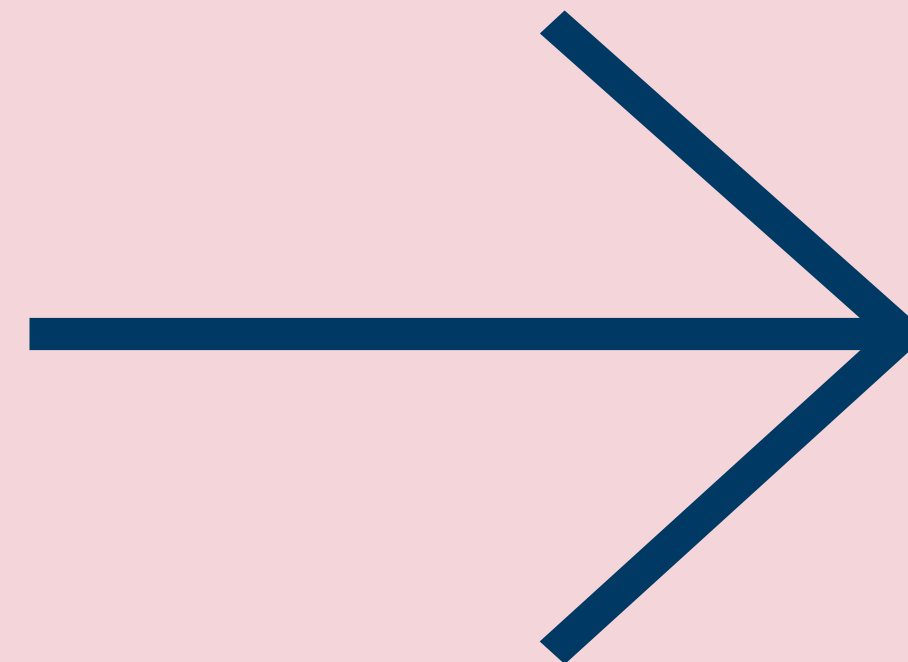
Så uppfattas vi i framtiden

Platsen sänder ut en tydlig bild av sina starkaste tillgångar och gör det enkelt för människor att både kunna välja och välja bort platsen. De visar en enad front, syns på "rätt" mässor och frågorna de driver nationellt känner många invånare igen sig i.

Önskad positionsförflyttning

Så uppfattas vi idag

- Bäst om sommaren
- Stark besöksprofil – svag karriärprofil
- Flera aktörer - flera berättelser
- Hög livskvalitet - svag karriärkoppling
- Saknas ett tydligt "Varför Halland"
- Enskilda varumärken trumfar regionen
- Otydliga målgrupper inom karriär



Så uppfattas vi i framtiden

Gruppövning:

Vad bör vi berätta om Halland för att attrahera nationell och internationell kompetens?



- Vilken fråga kan ni ta **nationellt** mandat i?
- Hur skulle er kontaktannons se ut för **nationella/internationella** talanger se ut?

Gruppregler



- Personen som står högst upp är gruppledare och ansvarar för att hålla tiden (du tar med penna!)
- Reflektera tillsammans
- Lyssna, snälltolka och låt alla komma till tals
- Glöm inte fiket!

Gruppövning:

Vilken position kan och vill
Halland ta som karriärregion?



- Vad vill vi vara kända för imorgon i Sverige?
- Vad vill vi vara kända för imorgon i världen?

Offert

Platsattraktionsprocessen

Placebrander



När ni är redo startar vi gemensamt upp arbetet.

Moment

- Uppstartsmöte med styrgrupp
- Inläsning på befintlig dokumentation
- Leverans av detaljerad tidsplan

Moment

- Omvärldsbevakning
- Benchmark
- Medieanalys
- Regional undersökning
- Summering och analys av nuläge

Moment

- Arbetsmöte kring nulägesanalys
- Workshop – fokus framtida position & profilbärare
- **Workshop – fokus målgrupper 10 nov!**
- Intervjuer målgrupp
- Summering och analys av samskapande

Leverans

Samskapandeanalys

Moment

- Arbetsmöte kring samskapandeanalys
- Framtagande av förslag av position, målgrupper, profilbärare, budskap, samverkan, samhandling och strategier för Halland som karriärdestination.
- Test av ovan nämnda förslag på relevanta aktörer
- Revidering

Moment

- Slutgiltigt framtagande av rapport samt tilltalande populärversion.

Leverans

Leverans av rapport kring totala processen samt visuellt tilltalande populärversion.

Moment

- Workshop med arbetsgrupp
- Workshop med kommuner/politiker
- Workshop med näringsliv/nyckelintressenter

Älska din plats och visa det
för omvärlden!

Sammanställning



Profilbärare & egenskaper



Platsens egenskaper

Kontaktannonsen

Om vår plats skulle skriva en kontaktannons, hur skulle det då låta?
Gå gärna loss på personliga egenskaper för platsen.

Dear talent!

Are you interested in innovation, AI and technology?

I offer you a place where you can build a career and meet innovative companies and entrepreneurs.

A place where democracy, safety, security and culture are important.

With us you are always close to people and nature. I am

curious about you and I want to know everything about you.

Maybe we can start with a fika ❤️

Kontaktannonsen

Om platsen var en person som skrev en kontaktannons så kan det låta så här.

- **Målgrupp:** Riktat sig till personer som är intresserade av innovation, AI och teknik.
- **Erbjudande:** En plats där man kan bygga sin karriär och möta innovativa företag och entreprenörer.
- **Värderingar:** Demokrati, säkerhet och kultur lyfts fram som viktiga grundpelare.
- **Närhet:** Betonar att man alltid är nära människor och natur.
- **Ton och avslut:** Personlig, nyfiken och inbjudande ton. Kontaktannonsen avslutas med en varm uppmaning att börja lära känna varandra: "kanske vi kan starta med en fika ❤️ "

Ståndpunkten

Om vår plats skulle gå ut och driva eller prata om en fråga, vad skulle det då vara? En fråga som vi har på fötterna att prata om och som är angelägen nationellt.

Jord till bord - äkermark

Matdestination & livsmedelsproduktion,

foodtech - här finns potential att

locka personer till den gröna näringen

~~Intervju~~ Informationsdjuren vård, utveckling

& AI - nära till forskning & akademi

Nära, utmanande, höga ambitioner,

platsmod, framförtal, samarbetsklimat

En bred & intressant industrisektor

Lär av Visit Halland - Sveriges Italien

- Vad är det i form av kärnregioner?

Parera mellan bredd & spets

Försvaret, robusthet, säkerhet, trygghet

Resilient - snabbhet

Attraktiv boendemiljö

Nära tillgänglig region - nära till jobb,

upplevelser, boende både i & utanför regionen

Samhörighet

The Halland way - ett sätt att arbeta & lösa saker

Den omtänksamma & kärleksfulla regionen.

Placebrander

Ståndpunkten

Förslag på ämnen där Halland skulle kunna ta ställning i en aktuell fråga:

- **Mat och hållbarhet:** Fokus på "jord till bord", livsmedelsproduktion, matdestination och foodtech och att locka personer till den gröna näringen.
- **Innovation och forskning:** Betoning på utveckling inom vård, AI och samarbete mellan näringsliv, forskning och akademi.
- **Trygghet och resiliens:** Värderna som robusthet, säkerhet, snabbhet och tillit lyfts fram.
- **Attraktiv livs- och boendemiljö:** En nära, tillgänglig region med stark samhörighet, balans mellan bredd och spets.
- **"The Halland way":** Ett sätt att arbeta och lösa saker präglat av omtanke, kärlek och samverkan.

Platsens egenskaper

Kontaktannonsen

Om vår plats skulle skriva en kontaktannons, hur skulle det då låta?
Gå gärna loss på personliga egenskaper för platsen.

Charmig kustregion sökt spännande
kempis för långväg klapp

Läge: kustregion

Status: Stabil framtid o fri från storstad
intress

Intresse: AI, trä, konst, musik, mat o
människa

Jag heter Halland, en lemnadsglad region
med både fötter på jorden o blickar mot
framtiden. Jag gillar långa promenader
längs havet, smarta lösningar i världen
om middagar med lokalproducerade varor,
gärna på någon av mina många niemi
kustställen.

Jag har stark o trygg karaktär här
finns både Sveriges exporthamn för
sägade råvaror o växande klapp
enig hållbart träbyggande.

AI-forskningen på Högskolan i
Halmstad får hjärtat att klappa

Placebrander

Kontaktannonsen

Om platsen var en person som skrev en kontaktannons så
kan det låta så här.

- **Platsbeskrivning:** En charmig kustregion med stabil framtid och stark tro på långsiktighet.
- **Livsstil och intressen:** Fokus på havet, promenader, musik, mat, konst och möten mellan människor.
- **Hållbarhet:** Värnar om lokala råvaror, hållbart träbyggande och smarta lösningar för framtiden.
- **Karaktär:** Regionen har en stark, trygg karaktär och balans mellan stadsliv och natur.
- **Utbildning och innovation:** AI-forskningen på Högskolan i Halmstad framhålls som något som får hjärtat att klappa lite extra.

Ståndpunkten

Om vår plats skulle gå ut och driva eller prata om en fråga, vad skulle det då vara? En fråga som vi har på fötterna att prata om och som är angelägen nationellt.

(100 AI forskare, AI herlab)
Idégenerering
Sverige

- Bäst i landet på ~~Människocentrerad innovation. Idégenerering som blir nyföretagande arbetsmiljöer etableringar~~ hög impact - lockar mskor som vill göra skillnad. ~~livsstil~~ livsstil
- vända ta pos! worklife balance ~~livsstil~~ jobb
- Bästa livsplatsen för 18-35 år, förbereda platsen
- ~~Bäst i Sverige~~ för den yngre generationen.
- Bäst på ta jobbet, eftersom Hallänningar sällan flyttar.
- Driva frågan om statlig myndighet för högutbildade innovationsdrivande, kunskapsintensiva, jobb.
- Känslan av kärleksfull omtänksam region. Måste alla lockas hit? Vi tar hand om de som är här och får de att utvecklas och må bra.

Ståndpunkten

Förslag på ämnen där Halland skulle kunna ta ställning i en aktuell fråga:

- **Människocentrerad innovation:** Regionen vill vara bäst i landet på innovation som utgår från människor och samhällsnytta.
- **Attraktiv arbetsplats:** Fokus på nyforskande arbetsmiljöer med hög påverkan, stark livskvalitet och balans mellan arbete och fritid.
- **Ung och framåt region:** Ses som en attraktiv plats för yngre generationer att leva och arbeta i.
- **Kunskapsintensiv utveckling:** Vill driva frågor kring innovation, forskning och kvalificerade jobb för högutbildade.
- **Omtanke och välmående:** Betonar känslan av en kärleksfull, omtänksam region som tar hand om de som bor här så att de kan utvecklas och må bra.
-

Gillar kontakter med andra. (Jag är mer än bara min titel)
 Vidarbiter Estetiskt tilltalande
 Energiknippe
 Snällhet - se varandra varje månad
 - trivs att jobba tillsammans
 Engagerar mig i samhällets utveckling
 Sportlig som gillar mat
 Jag är entreprenöriell & nytänkande
 Alla känner alla - enkelhet?
 - enkelhet?
 Jag är bra & god hemma
 Kvalitet utan snobberi
 Vi gillar allt... för saker som
 att handla järna + tillbehör
 Gillar kultur
 Vi gillar alla... andra.
 Vi är #sexwella...
 Gillar att utmana och driva ut.
 Gillar att hänga på stranden
 Var aktiva... i naturen, året runt.
 Kreativ & innovativ.
 Det finns inget dåligt för mig
 Gillar natur & små stad och
 att cykla och gå till jobbet.
 Miljön är strålande -
 Jag vill hjälpe

Kontaktannonsen

Om platsen var en person som skrev en kontaktannons så kan det låta så här.

- **Gemenskap och omtanke:** Folk känner varandra, bryr sig om varandra och värdesätter trivsel och trygghet.
- **Familj och närhet:** Familjeorienterat samhälle där barn och vardagsliv står i centrum, med korta avstånd och enkelhet.
- **Aktiv livsstil:** Gillar naturen, att vara utomhus, cykla, hänga på stranden och vara aktiva året runt.
- **Kreativitet och entreprenörskap:** Innovativ och driftig anda - många som driver egna initiativ och gillar att skapa.
- **Småskalighet med kvalitet:** Liten men naggande god plats med stolthet, kultur, god mat och livskvalitet.

Kontaktannonsen

Jag heter Halland – en levnadsglad region med båda fötterna på jorden och blicken mot framtiden. Jag gillar långa promenader längs havet, smarta lösningar i vården och middagar med lokalproducerade råvaror (gärna på någon av mina många Michelinrestauranger – skryt? Ja, kanske lite).

Jag har en **stark och trygg karaktär** – här finns både **Sveriges största exporthamn för sågade trävaror** och ett växande kluster kring **hållbart träbyggande**. Jag hänger gärna med Södra och Derome – riktiga byggnördar, men med stil.

Min hjärna är också i toppform: **AI-forskningen på Högskolan i Halmstad** får hjärtat att klappa snabbare, särskilt när det kommer till **informationsdriven vård**. Här är det inte bara snack – det är data, analys och verklig nytta.

Min livsstil?

Morgonbad i havet, lunch med närproducerat bröd och ost, eftermiddagsmöte om framtidens logistiklösningar (jag ligger ju perfekt till mellan Malmö, Göteborg och Köpenhamn), och middag på någon av mina prisbelönda restauranger.

Sedan kanske en sväng till ett galleri eller museum – **konst är nämligen en del av mitt**

DNA. Jag bär stolt arvet från **Halmstadgruppen**, våra surrealistiska hjältar, och låter samtidskonsten leva genom **Art Halland** – ett initiativ som för människor, konst och platser närmare varandra året om.

Och när sommaren kommer... ja, då låter jag tonerna från **Gyllene Tidens hemstad Halmstad** sprida sig över stränderna. För visst är det alltid **sommartider, hej hej!**

Ja, **jag lever gott – med både smak, stil och soundtrack.**

Löpsedlar



Di WEEKEND

Hallänningen lyckligast
i världen!

Toppar globalt lyckoindex,
igen!

— "Halland har löst ⁴equationen ^uworklife balance,
säger lyckoforskaren
Mikael Dahleén i en
kommentar.

Läst artikel,
betala skatt i Halland för att ta del av regionen

Placebrander

Löpsedel 1

Halland lyfts fram som den lyckigaste platsen i världen, med hög livskvalitet och balans i livet.

Rubrikerna skapar stolthet hos hallänningar och väcker nyfikenhet hos andra. Det ger en positiv bild av regionen som attraktiv och harmonisk.

Det är en lekfull ton och stil, självsäker och inspirerande, utformad som en trovärdig medielöpsedel.

The Guardian

"Smart, Slow, and Sustainable: The Halland Model for Regional Growth"

quality of life, green innovation, and a deep connection to food, nature, ^{culture} and connection community

A New Kind of Career Region

blending professional opportunity with human wellbeing,

a living lab for sustainable work-life models

Smart Specialisation: Innovation through Endorsed:

- sust. food systems & gastronomic innovation
- health & wellbeing tech
- green transition & bioeconomy

From Farm to Table - and Beyond

food culture

Delant with a view

What Halland wants to be known for:

human-scale innovation, circular food systems, sustainable wellbeing

Löpsedel 2

Halland presenteras som ett globalt föredöme för smart, långsam och hållbar tillväxt.

Kärnvärdena är livskvalitet, mänskligt välbefinnande, cirkulär matproduktion och grön innovation.

Här vill man positionera Halland internationellt som en region som förenar utveckling, hållbarhet och mänsklighet.

THE TIMES

HALLAND LÖSER KLIMATKRISEN

NETTO NOLL. PÅ RIKTIGT. MED
MÄNNISKOR SOM GÖR SKILLNAD,
KOM TILL PLATSEN DÄR HÅLLBARHET ^{FRAKTISAT} _{FUNGERAR}

INNOVATION MED
AI FÖRSKNING OCH LOKALA KREATÖRER
MTA. DEROME, JÖDRA, H H BYGGER
FRAMTIDEN TILLSAMMANS.

HALLÄNNINGAR
VÄRLDENS LYCKLIGASTE
OCH HÄLSOSAMMASTE
BEFOLKNING
LÄS MER HÄR
⇒ WHO

NU KLART VEM SOM
FÅR NOBELS FREDSPRIS:
HALLÄNDING
MEDLADE I DEN SISTA VÄPNADE
KONFLIKTEN → VÄRLDSFRED

LITET LÄN
STOR KRAFT

GRUPP 4 UTTALAR SIG:
Placebrander
- DET GÅR BRA NU!

Löpsedel 3

Halland framställs som regionen som löser klimatkrisen genom verklig handling, innovation och samarbete.

Löpsedelns kärnvärden är hållbarhet, forskning, mänsklig välfärd och gemenskap och man hävdar att här är det "netto noll på riktigt".

Rubrikerna inspirerar globalt genom att visa att en plats som Halland kan skapa stor förändring med humor, hjärta och handlingskraft.

Di WEEKEND

SVERIGE

~~ALLA~~ PRATAR

OM

HALLAND

2027 FICK ALLA MELLAN

18-25 ÅR JOBB, BOSTAD OCH

ÖKAD LIVSGLÄDJE

Placebrander

Löpsedel 4

Halland har blivit ett nationellt exempel på hur unga människor får jobb, bostad och livsglädje.

Här beskrivs framtidstro, inkludering och social hållbarhet.

Halland positionerar sig som en regionen där framtiden redan är verklighet och en plats alla pratar om för att den fungerar.

Di WEEKEND

Från smart industri
till attraktiva arbetsplatser

Från en smart högskola
till den mest flexibla
högskolan i Sverige

Från otrygghet till förebild:
Så blev Halland ledande i
att behämsa gjenget i
med social innovation och
inkluderande entreprenörskap

Tjänstevolutionen!
Så blev Halland Sveriges
Silicon Valley för blå ekonomi
- löser klimatskiftet, skapar jobb,
och stärker livsmedelsförsörjningen

Från människocentrad AI
till medmännisklighet

Landa i Halland.
Här hittar du
balansen - arbete,
natur & återhämtning.

Uppkopplade / smarta träd
behämskar berkebörre.

Uppkopplad och
avkopplad.

Från smarta SPA
till välmående
genom upplevelser

Från smart hälsoteknik
till en sjukvård i
vårdsklass

I Halland är det
goda livet, en
konkurrensfördel

Sveriges mest välmående
region. Att leva, arbeta
& njuta i.

Placebrander

Från smart potatis
till topp restaurang
och självservering

Löpsedel 5

Från smart teknik till mänskligt värde:

Fokus på att gå från innovation och digitalisering till attraktiva arbetsplatser, välmående och hållbar livskvalitet.

Halland som förebild för framtiden:

Regionen framställs som ledande inom social innovation, cirkulär ekonomi, och balans mellan arbete, natur och hälsa.

Från uppkopplad till upplevelse:

Teknik, hållbarhet och kreativitet samverkar för att skapa meningsfulla upplevelser – från smart hälsoteknik och AI till gastronomi och rekreation.



www.placebrander.se