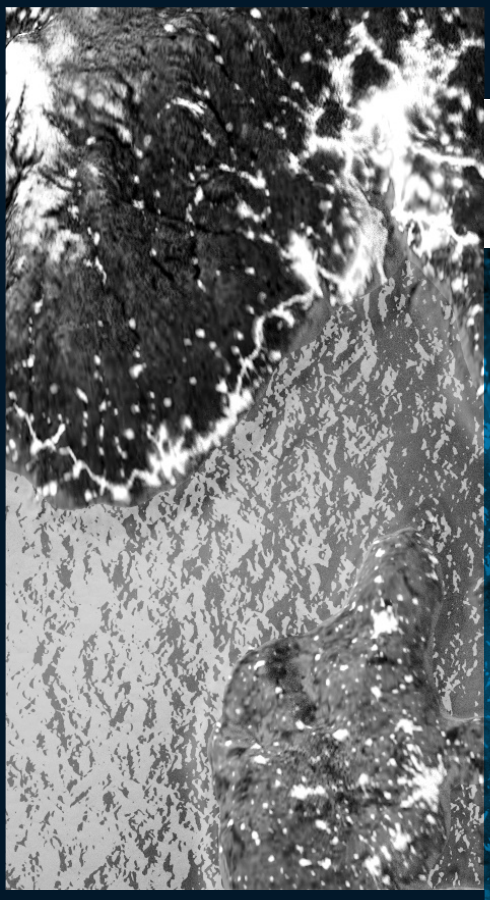
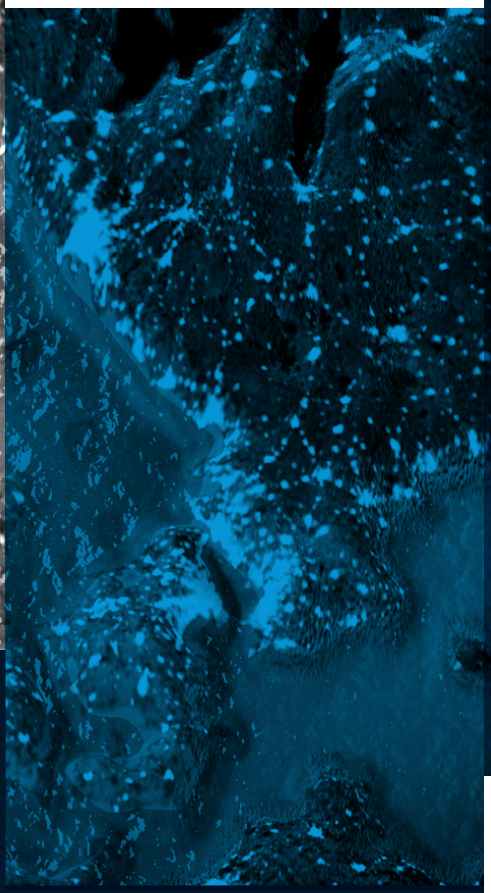
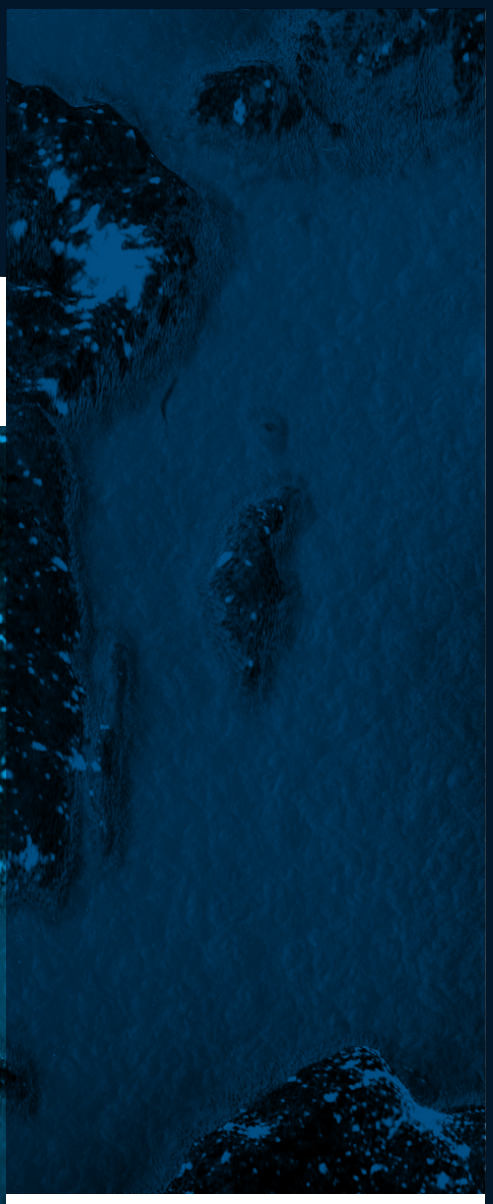
För en globalt konkurrenskraftig region

Vision 2030



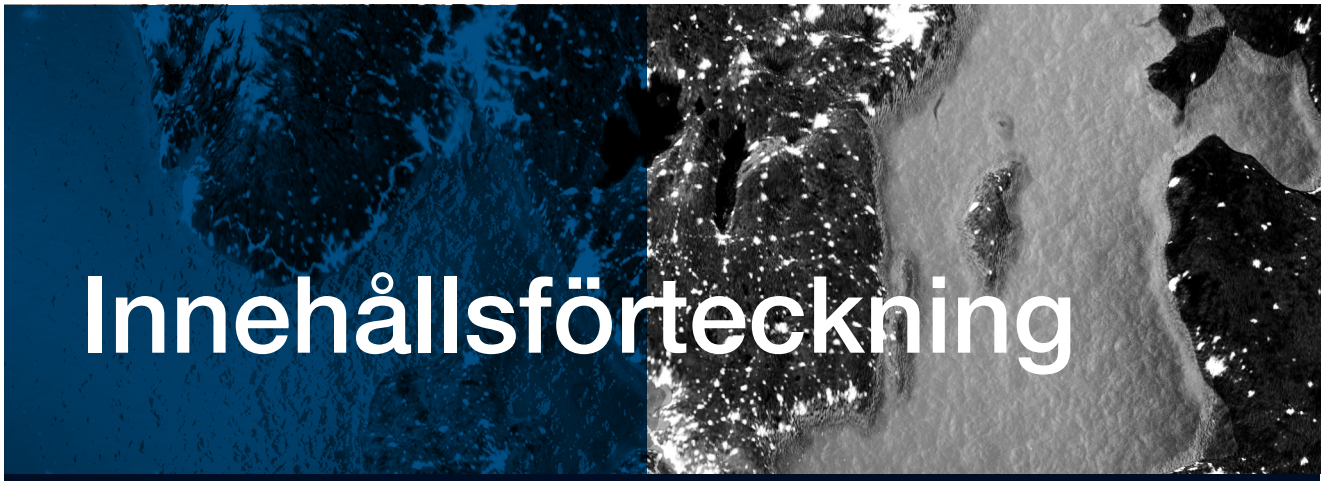




Handelskammaren
I sydsvenska företags intresse

Handelskammaren
I sydsvenska företags intresse

Sydsvenska Industri- och Handelskammaren är en privat organisation som arbetar i sydsvenska företags intresse. Vi påverkar företagens villkor genom bland annat utveckling av infrastruktur och utbildningssystem. Vi stöder affärer genom service inom internationell handel och olika utbildningar. Vi sammanför företag i olika nätverk och på våra många möten. Handelskammaren har 2 500 medlemsföretag och finns i Skåne, Blekinge, Kalmar, Kronobergs och södra Hallands län.



Innehållsförteckning

Vision 2030 **4**

Innehåll **5**

Vision 5

Mission 5

Värdeord 5

Strategiskt prioriterade områden 5

Mätningar och KPI för Handelskammaren 7

Utgångspunkter för visionsarbetet **8**

Organisation och verksamhetsområden 8

Omvärldsanalys 10

Dokumentation och förankring **13**

Vision 2030

För en globalt konkurrenskraftig region, där det fria näringslivet frodas och människorna växer

På Handelskammaren tror vi på människorna och företagen i vår region. Vi tror också att regionen ska vara en plats som tillåter såväl människor som företag att växa. Handelskammarens vision har länge varit ett Sydsverige som är konkurrenskraftigt och utgör en attraktiv region med produktiv tillväxt.

Vår målbild är att Sydsverige ska vara en av världens mest konkurrenskraftiga regioner, där det fria näringslivet frodas och där människorna i regionen åtnjuter ett högt och stigande välstånd. Handelskammaren ska också vara den självklara partsoberoende näringslivsorganisation där vårt kärnuppdrag kan sägas sammanfattas av att *vi påverkar, vi stödjer och vi sammanför.*

För att nå framgång med denna målsättning måste vi förmå att vara *inkluderande, modiga* och *relevanta*. Dessa värdeord vägleder såväl det interna som det externa arbetet.

Detta dokument sammanfattar ett omfattande visions- och strategiarbete som genomförs under 2024–2025. Det mer omfångsrika underlaget presenteras i separata bilagor. Arbetet initierades av Handelskammaren vintern 2024 och under årsmötet i maj 2025 presenterades en omvärldsanalys och rapport om Sydsvensk konkurrenskraft.

Målsättningen har varit att formulera en vision som kan vägleda Handelskammarens arbete under kommande år. Visionen ska vara grundad i våra *medlemmars gemensamma intressen*, den ska vara välförankrad, basera sig på en gedigen *analys samt visa på god förståelse för omvärlden* och de krav som den ställer på sydsvenskt näringsliv. Målsättningen är vidare att visionen ska dels hjälpa i kommunikationen med omgivande samhälle, medlemmar och presumtiva medlemmar, och att den ska vara representativ och vägledande för Handelskammarens samtliga aktiviteter.

Vår utgångspunkt har även varit att inte ändra något som fungerar väl. Tvärtom har vi i stora delar tagit utgångspunkt i tidigare visioner och i Handelskammarens befintliga verksamhet och de förutsättningar som det ger.

Ett mycket stort antal medlemmar, externa intressenter samt samtliga medarbetare vid Handelskammaren har bidragit till visionsarbetet.

Anna Schreil, chef för logistik och produktion på Arla Foods, har lett arbetet som ordförande för visionsarbetet.

Johan Eklund, vd för Handelskammaren, har varit sekreterare.

Till arbetet har även en referensgrupp knutits bestående av:

Anders Ahnlid, GD för Kommerskollegium

Kerstin Lindell, SIHK:s ordförande och ordförande BONA AB

Jaana Nykänen, VD för Divine Robot

Innehåll

Vision, mission, värdeord, strategiska prioriteringar och målsättningar – fastställd av fullmäktige den 27 november 2025.

Vision

En globalt konkurrenskraftig region, där det fria näringslivet frodas och människorna växer.

Mission

Vara den självklara partsoberoende näringslivsorganisation vars kärnuppdrag är att:

- Vi stödjer
- Vi sammanför
- Vi påverkar

i sydsvenska företags intresse.

Värdeord

Måluppfyllnaden förutsätter att Handelskammaren är relevant och förmår prioritera. Relevanskriteriet förutsätter även gedigen kunskap och att medarbetare är pålästa. Som medlemsorganisation och en verksamhet som spänner över flera vitt skilda verksamhetsområden, förutsätts även en förmåga att vara inkluderande gentemot såväl medlemsföretag, dess anställda samt även kollegor internt på Handelskammaren.

- Relevant
- Inkluderande
- Modiga

Dessa värdeord har sedan länge funnits inom Handelskammaren. Under det gångna året har det hållits workshops internt och Handelskammaren bedriver ett aktivt arbete med att dessa ska användas inte endast internt, utan även komma till användning i vårt utåtriktade och externa arbete (se bilaga Att leva efter Handelskammarens värderingar).

Strategiskt prioriterade områden

Vi föreslår följande sex strategiskt prioriterade områden:

- Säkerhet & beredskap
- Investeringar & infrastruktur
- Kunskapsförsörjning & välfungerande arbetsmarknad
- Internationalisering, handel & EU:s inre marknad
- Omställning & hållbarhet
- Regler & tillstånd

Delar av de områden som vi föreslår är sedan länge högt prioriterade frågor för Handelskammaren. Handel, infrastruktur och kunskapsförsörjning är exempel på områden som organisationen arbetat med under årtionden. Det är även områden som identifierats i de workshopar och den enkät som vi genomfört. Likaledes är dessa områden identifierade i den sydsvenska konkurrenskraftsanalys samt omvärldsanalys som genomförts. Det ska noteras att de flesta aktiviteter som Handelskammaren gör överlappar varandra. Ett aktuellt exempel är hur regelfrågor är kopplade till EU:s hållbarhetsagenda och den inre marknaden.

Jämfört med tidigare år så innebär detta förslag en viss omprioritering av områdena. I synnerhet innebär det att säkerhet och beredskap ges ökad prioritet. Vi beskriver detta i sammanfattningen av omvärldsanalysen nedan.

Det är även viktigt att notera att Handelskammarens samtliga verksamhetsområden inkluderas inom ramen för dessa sex områden. Det vill säga såväl policy, affärsservice som dokumentservice och betrodda tredjepartsuppgifter. Notera att dessa områden är exempel och inte en fullständig lista.

Dessa förslag ger oss denna ”pyramid”:

Vision

En globalt konkurrenskraftig region, där det fria näringslivet frodas och människorna växer.

Värdeord

Relevanta
Inkluderande
Modiga

Mission

Vi påverkar
Vi stöder
Vi sammanför

Prioriterade områden

Säkerhet & beredskap

- Krisberedskap
- Cybersäkerhet
- Civil beredskap
- Näringslivets ansvar i händelse av krig/kris

Investeringar & infrastruktur

- El
- Väg, järnväg, flyg
- Fehmarn Bält
- Samla och koordinera företags- och bransch-gemensamma insatser

Kunskapsförsörjning & välfungerande arbetsmarknad

- Fördjupningsnätverk
- Företagsbesök
- Nätverksträffar
- Öppna utbildningar
- AI-utbildning/kunskap
- FoU

Internationalisering, handel & EU:s inre marknad

- Trade Network
- Exportcenter Syd
- Handelsdokument och rådgivning
- Dansk-Svenska Handelskammaren

Omställning & hållbarhet

- Hållbarhetsnätverket
- Filantropi och civilsamhälle
- EU-regleringar
- Integration och bryta utanförskap

Regler & tillstånd

- Eurochambres
- Kommuner och regioner
- EU
- Minskad regelbörda
- Enklare och snabbare tillstånd

Målsättningar och KPI för Handelskammaren

Vi föreslår tre övergripande målsättningar:

Handelskammaren ska vara den självklara partsoberoende organisationen och det sydsvenska näringslivets samlande röst. Enligt handelskammarlagen (1990:515) ska vi: ”*[…] främja handel, industri och det övriga näringslivet samt företräda dess intresse i förhållande till det allmänna*”. Våra övergripande målsättningar är:

- Samla näringslivet som partsoberoende organisation för sydsvenska företags intressen och vara en tongivande samhällsaktör.
- Erbjuda ett starkt värdeskapande affärsnätverk som mötesplats för bättre affärer, affärsstöd och kunskapsinhämtning.
- Stärka sydsvensk konkurrenskraft genom väl förankrad påverkan och opinionsbildning.

Uppföljning och KPI:er

Vi föreslår att Handelskammaren presenterar en årlig verksamhetsberättelse i samband med fullmäktigemöten samt att detta tas som utgångspunkt för det kommande årets prioriteringar och handlingsplan.

I linje med tidigare arbetssätt föreslår vi att Handelskammarens arbete följs upp med hjälp av mått på marknadsposition, regionens konkurrenskraft samt KPI:er för Handelskammarens tre verksamhetsområden.

Marknadsposition

- Handelskammarens marknadsposition i form av antal medlemsföretag och antal anställda. Med en målsättning om årlig nettotillväxt av medlemmar.
  - Långsiktigt mål 3 000 medlemsföretag.
  - Mål 2030 – 300 nya medlemmar med fokus på bolag inom branscher där Handelskammarens erbjudande tillför nytta.
  - Skåne och Halland kräver särskild värvningsinsats (baserat på analys regional näringsstruktur, se bilagor).
- Handelskammarens medieexponering och deltagande i samhällsdebatten.
  - KPI: Antal mediaklipp och debattartiklar.
  - Då det är relevant kan även remissvar och publicerade analyser utgöra KPI.
- Med visst intervall återkommande undersökningar av hur såväl medlemmar som icke-medlemmar känner till och uppfattar Handelskammaren.

Regionens konkurrenskraft

Det finns ett stort antal möjliga mått på konkurrenskraft. Ytterst handlar konkurrenskraft om förmågan att skapa och upprätthålla välstånd, exempelvis BNP/capita. Ekonomisk forskning ger här vägledning om vilka fundamentala faktorer som är av betydelse för konkurrenskraftens utveckling. Här föreslår vi att vi väljer ut indikatorer och följer enligt de sex föreslagna prioriterade områdena (exempelvis investeringar i infrastruktur).

- KPI: Sex olika uppsättningar av KPI:er som följer de föreslagna prioriterade områdena och fångar det arbete som Handelskammaren bedriver under ett år. Dessa KPI tillåts dock variera över tiden givet att bland annat policyarbetet är alltför komplex för att reduceras i enkla KPI:er. KPI:er kan kompletteras med EU:s regionala indikatorer (se exempelvis *Sydsvensk konkurrenskraft*).

Affärsservice och medlemsstöd

Inom ramen för affärsservice arrangeras ett stort antal nätverk, kunskapshöjande aktiviteter och andra former av arrangemang som på olika sätt syftar till att stödja och sammanföra medlemsföretag. Här är det önskvärt att mäta såväl relevans som aktivitetsvolym.

- 200 event per år, företagsbesök och nätverksträffar som ingår i medlemskapet, fördjupningsnätverk och utbildningar/kurser som genererar intäkter, med en intäktsökning om 10% per år fram till 2030.

- Öka närvaron via företagsbesök och nätverksträffar, två besök per termin i varje ”Region”, (enligt fullmäktiges struktur). Lunchmöten och webbinarium med korta föredrag i aktuella ämnen.

Dokumentservice och betrodd tredjepart

En central del av verksamheten är utfärdandet av handelsdokument dessa kan följas med tydliga KPI:er. Övriga delar av Handelskammaren tredjepartsuppgifter är svåra att följa med enkla KPI:er.

- KPI: Utfärdade ATA-carneter och ursprungsdokument.
- KPI: De uppdrag som ligger inom ramen för betrodd tredjepartsuppgifter är komplexa och svåra att mäta med KPI:er.

Utgångspunkter för visionsarbetet

Organisation och verksamhetsområden

Handelskammaren är en egen associationsrättslig form som följer av Lag (1990:515) om auktorisation av handelskamrar. Lagen anger att ”Kammaren har till ändamål att inom området främja handel, industri och det övriga näringslivet samt företräda dess intresse i förhållande till det allmänna”. Det vill säga vi har ett lagstadgat främjaruppdrag.

Utöver detta har vi Handelskammarförordning (1990:733) att förhålla oss till samt Handelskammarens stadgar. Dessa utgör tillsammans de ramar som ger Handelskammaren dess roll som partsoberoende näringslivsorganisation och betrodd tredjepart. Handelskammarens fullmäktige beslutar om den övergripande strategiska inriktningen och styrelsen ansvarar för det fortlöpande styrelsearbetet. I detta följer vi även Handelskammarens stadgar.

Handelskammaren har en liten platt organisation och i de flesta fall har medarbetare arbetsuppgifter inom flera olika områden av verksamheten. Alla måste kunna hjälpa till i alla delar. Handelskammarens verksamhet kan dock delas in i tre huvudsakliga områden: 1) affärsservice, 2) exportdokument, rådgivning och betrodda tredjepartsuppgifter, samt 3) policy.

Affärsservice och medlemsvård/värvning

Denna del av verksamheten arrangerar årligen ett stort antal event av vitt skilda slag. 2024 arrangerades 287 event, varav merparten inom ramen för affärsservice. Många av dessa syftar till att föra samman och främja affärsnätverk samt även erbjuda kunskapshöjande aktiviteter. Merparten av eventen och nätverksträffarna är efterfrågedrivna, det vill säga det finns ett önskemål från medlemsföretag. Affärsservice är en intäktsgenererande del av kammaren och ger därmed även viktig förutsättning för policyarbetet samtidigt som det är värdeskapande och stärker våra medlemsföretag och deras affärer.

Exportdokument, rådgivning och betrodda tredjepartsuppgifter

Handelskammaren utfärdar årligen dokument för handel med drygt 160 länder och sammantaget knappt 30 000 handelsdokument, som exempelvis ursprungscertifikat och ATA-carneter. Med detta

uppdrag följer även betydande inslag av rådgivning. Handelskammaren har även flera olika så kallade betrodda tredjepartsuppdrag. Detta inkluderar oberoende besiktning och värdering (ca 300 certifierade besiktningspersoner), källkodsförvaring, anbudsöppning, stiftelseförvaltning, prisindex till branscher som avtalsstöd. Det sistnämna bedrivs inom helägda dotterbolaget SBIX Svenska Branschindex AB. Rådgivning och exportstöd tillhandhålles även via Exportcenter syd.

Policy

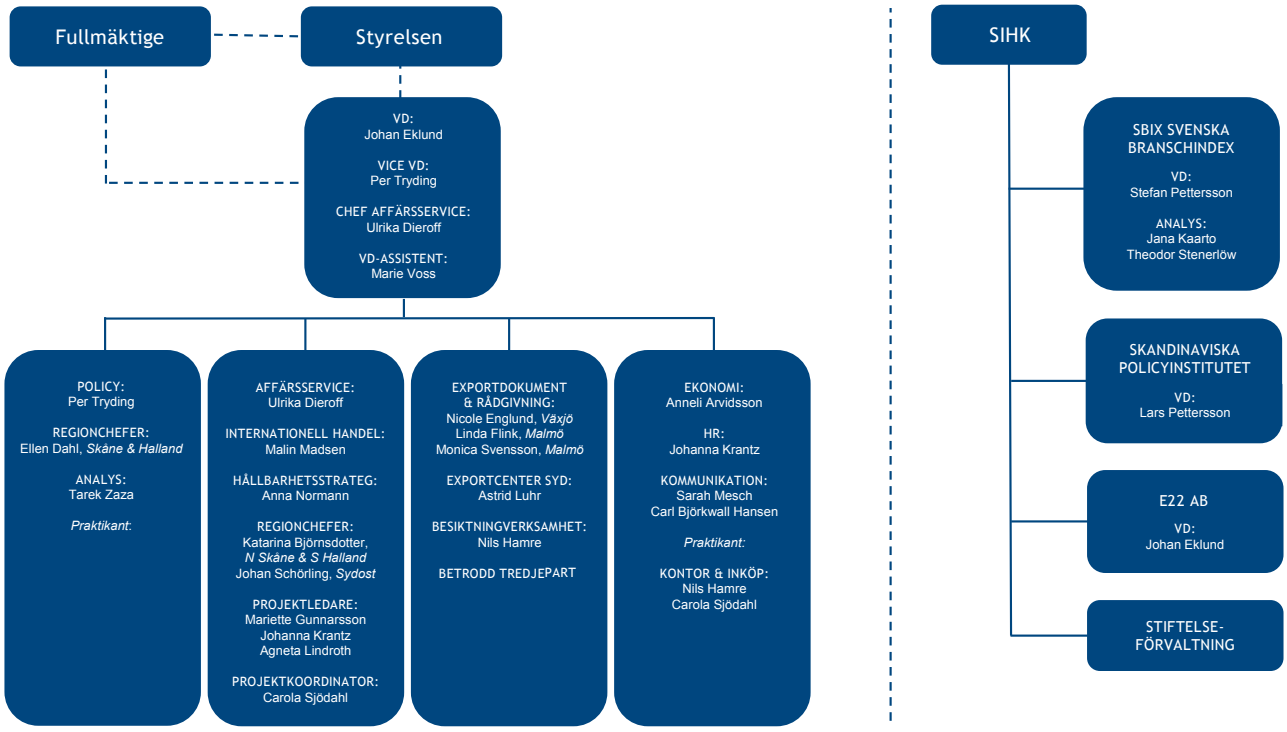
Inom ramen för policy bedrivs analysarbete, opinionsbildning och politisk påverkan. Årligen avges stort antal yttranden och remissvar samt regelbundet skrivs debattartiklar. Policy publicerar regelbundet kunskapsunderlag och forskningsrapporter. Arbete bedrivs ofta i samarbete med oberoende experter och forskare. Policy arbetar nära forskningsinstitutet och tankesmedjan Stiftelsen Skandinaviska Policyinstitutet som grundats av Handelskammaren. Arbete med att få tillstånd fler infrastrukturinvesteringar bedrivs inom ramen för bland annat E22 AB.

Dessa tre verksamhetsområden kan ses som vertikaler genom vilka de sex strategiska områden vi föreslår på olika sätt skär igenom horisontalt. *Internationalisering, handel & EU:s* inre marknad är ett exempel på frågor som återfinns inom alla tre verksamhetsområden.

Vid sidan om dessa tre avdelningar finns även kritiskt viktiga stödfunktioner i form av en HR-chef, en ekonomiansvarig, samt kommunikationsavdelning med två medarbetare.

Översiktligt kan Handelskammaren beskrivas med följande organisationsschema:

Organisationsschema



Totalt arbetar i dagsläget knappt 30 personer på Handelskammaren. Utöver detta är ytterligare fyra personer kopplade till verksamheten via dotterbolag SBIX (tre personer) samt Skandinaviska Policyinstitutet (en person).

I flera fall arbetar Handelskammaren nära andra organisationer. Bland dessa är samarbetet med de övriga tio svenska handelskamrar starkt. Likaså arbetar vi nära Eurochambres, som är den europeiska paraplyorganisationen för Europas handelskamrar. Handelskammaren driver även Dansk-Svenska Handelskammaren tillsammans med Dansk Erhverv.

Utöver denna indelning har även Handelskammaren ett geografiskt upptagningsområde som skär över tematisk indelning. Förankringsarbetet och kommunikation bör även ske på huvudorterna i Handelskammarens upptagningsområde (Malmö, Kalmar, Kristianstad, Växjö, Karlskrona, Halmstad). Förutsättningarna för konkurrenskraft skiljer sig markant åt mellan sydvästra och sydöstra delen av upptagningsområdet. Detta beaktas i verksamhetens inriktning och organisation.

Omvärldsanalys

Sverige och Sydsverige har tappat i relativt välstånd jämfört med vår omvärld. Vi är fortfarande ett välmående land och region, men vårt tapp i den så kallade välståndsligan är att betrakta som dramatiskt. Det är inga snabba processer utan förändringar sker oftast över årtionden. Det finns inte heller någon enskild faktor som förklarar detta relativa välståndstapp, utan det beror på en stor mängd faktorer som tillsammans bidragit till att försvaga den svenska konkurrenskraften och därmed vår förmåga att upprätthålla och skapa tillväxt i förädlingsvärden och inkomster. Bland de många faktorer som håller tillbaka välstånd och tillväxt har vi välbekanta problem som till exempel elförsörjningen, kompetensförsörjningen, integration, infrastruktur och regelbördan. Listan kan göras lång, men den minsta gemensamma nämnaren bland alla dessa frågor är att det inte är näringslivet i sig som har problem att förnya sig och skapa konkurrenskraft, tvärtom så handlar det nästan uteslutande om de ramvillkor som politiken satt som utgör hindren (se *Sydsvensk konkurrenskraft* för detaljer).

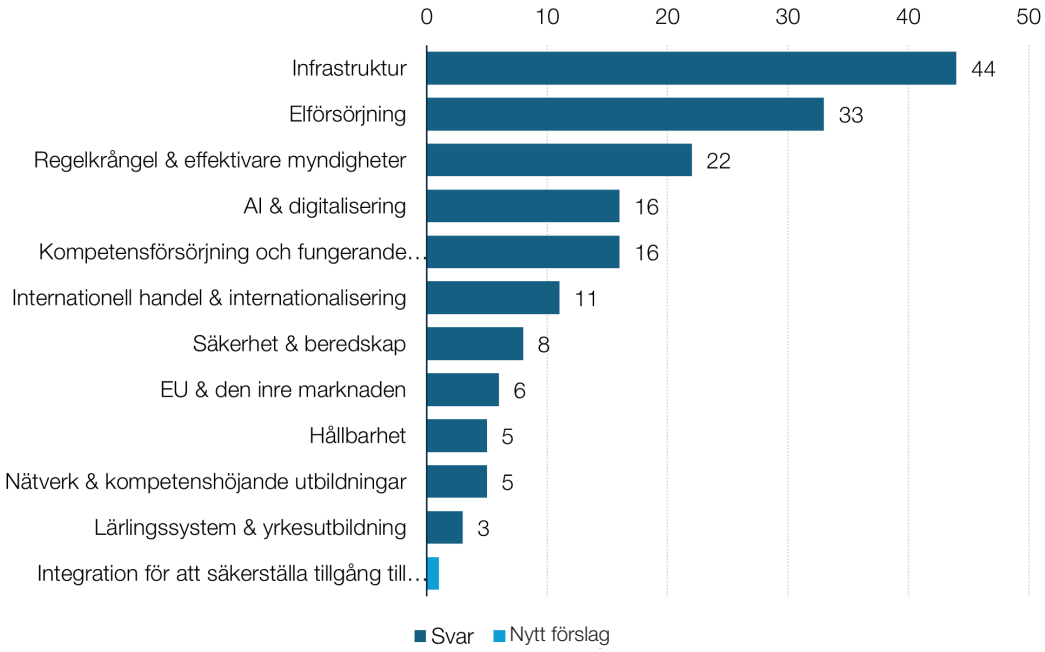
Boken *Sydsvensk konkurrenskraft* innehåller åtta kapitel som analyserar olika dimensioner av vår regionala konkurrenskraft och ger rekommendationer till åtgärder. Flera av de sex prioriterade områdena återfinns i analysen. Behovet av infrastruktur, elförsörjning, bättre kunskapsförsörjning och en mer välfungerande arbetsmarknad är några områden som lyfts. Många av de faktorer som är avgörande för sydsvensk konkurrenskraft bestäms nationellt eller utanför Sveriges gränser, vilket naturligtvis får konsekvenser för hur Handelskammaren bör arbeta.

En enkätundersökning riktad till fullmäktigeledamöter genomfördes under sommaren 2025 och sammanfaller väl med de områden som lyfts fram i konkurrenskraftsanalysen (se diagram på nästa sida). De mest prioriterade frågorna sammanfaller även med de prioriteringar som framkommer i Eurochambres enkät bland medlemsföretag i 28 europeiska länder.

Företagen vill att Handelskammaren är en stark och samlad röst för södra Sverige, med fokus på infrastruktur, elförsörjning och bättre villkor för företagande. Organisationen förväntas driva en tydlig lobbyverksamhet på nationell och europeisk nivå, samtidigt som den hjälper medlemsföretagen att navigera i frågor som digitalisering, AI, hållbarhet och geopolitik. Det finns en önskan om att Handelskammaren ska koncentrera sig på ett fåtal prioriterade kärnfrågor, vara mer synlig i samhällsdebatten och lyfta fram näringslivets konkurrenskraft som en del av lösningen på bredare samhällsutmaningar.

Fullmäktige tycker överlag att Handelskammaren gör ett bra jobb, men vill se ännu tydligare fokus på några få kärnfrågor – främst infrastruktur, elförsörjning och näringslivets konkurrenskraft. Det finns också en önskan om mer synlighet, skarpare lobbyarbete och större engagemang från både medlemmar och fullmäktige själva. Samtidigt uppskattas nätverkande, seminarier och Policyinstitutet, men dessa bör kompletteras med mer spetsiga aktiviteter och tydliga resultat i de frågor som verkligen gör skillnad.

Enkätundersökning: Prioriterade frågor



Osäker och farlig omvärld

Det säkerhetspolitiska läget har dramatiskt försämrats och Sverige befinner sig inte längre i fredstid. Detta får konsekvenser och behovet av att skyndsamt förbereda inför möjlig kris/krigssituation i vårt närområde är mycket tydligt.

Ökade geopolitiska spänningar mellan EU, USA och Kina och det säkerhetspolitiska omvärldsläget gör att vi även de kommande fem åren kommer att se en ökad användning av olika handelspolitiska verktyg. Sanktioner och exportkontroll är två områden där det idag är ett alltmer komplext regelverk och som kommer fortsätta växa de kommande åren.

USA:s regelverk med extraterritoriell verkan får stor påverkan på svenska företag och gör att de behöver anpassa sig till utvecklingen där. Vi ser även att USA använder regelverket mot enskilda medlemsstater inom EU. Vi ser även tendenser att även EU:s sanktionsregelverk börjar få alltmer extraterritoriell verkan, som exempelvis No Russia Clause. Samtidigt har Kina moderniserat och uppdaterat sitt exportkontrollregelverk. Numera är det mer i linje med omvärlden och de har börjat använda det mer aktivt. Införandet av så kallad blockingregulation, där inhemska företag förbjuds följa andra länders åtgärder, används också allt mer.

Vi ser även att de konventioner som tidigare varit styrande på exportkontrollområdet förlorat i betydelse när Kina och Ryssland blockerar möjligheterna att samverka inom ramen för dessa och utveckla dem. Detta gör att både USA och EU börjat utveckla nationella åtgärder på detta område. Vi ser även att fler enskilda medlemsländer inför egna åtgärder på exportkontrollområdet till exempel inom kvantdatorer, AI och halvledarindustrin. USA:s åtgärder för att minimera användning av kinesisk teknik i vissa varor som sätts på den amerikanska marknaden påverkar även svenska företags möjligheter att välja leverantörer och sälja till USA.

Det finns även en risk att Kina och USA kommer använda exportkontrollåtgärder mot EU för att begränsa tillgång till viss teknik. Dessa åtgärder kan även användas som påtryckningsmedel för att få EU att agera på visst sätt.

De närmsta fem åren kommer våra medlemsföretag behöva stärka sin kompetens och kunskap för att kunna hantera ett alltmer komplext regelverk inom sanktioner och exportkontroll. Klassificering av varor utgör grunden för att se om man träffas av nämnda regelverk och för att kunna navigera rätt. Även här behöver våra medlemsföretag stärka sina kunskaper i hur man klassificerar sina produkter korrekt.

Ekonomisk säkerhet blir ett allt viktigare begrepp och att minska sitt beroende av vissa stater exempelvis Kina och Ryssland. Här kan exportkontroll vara ett handelspolitiskt instrument men även arbetet med frihandelsavtal kommer bli viktigt (se mer nedan).

De senaste åren har EU:s medlemsstater infört investeringsgranskningsmekanismer för att få ökad kontroll kring vilka utländska stater som köper eller investerar i särskilt utpekade sektorer inom EU. Ett nytt verktyg som nu tas fram inom EU är granskning av utgående investeringar. USA ligger före och inför granskningsmekanismer för utgående investeringar inom specifika sektorer. Liknande lagstiftning är nu även på gång inom EU. Detta kommer framför allt att fokusera på strategiskt viktig teknik och ny teknik.

En alltmer komplex omvärld gör att vi internt behöver öka vår omvärldsbevakning för att kunna hjälpa våra medlemsföretag. Vi är ett exportintensivt land och med den förändrade omvärlden med en ny världsordning kommer våra svenska företag att uppleva hinder för handel på ett sätt som man inte är vana vid. Handelspolitiska verktyg kommer att användas alltmer aktivt av olika stater vilket kommer utgöra ytterligare en dimension för våra medlemsföretag när de ska tänka strategiskt på hur de ska utveckla sin internationella verksamhet.

Vi ser ett ökat fokus på att de varor vi handlar med ska vara producerade utan att kränka mänskliga rättigheter. USA har redan lagstiftning på plats som används - med ett stort fokus på Kina - och liknande finns i det brittiska samväldet i form av Modern Slavery Act. Nu införs liknande lagstiftning inom EU dels i form av särlagstiftning såsom Forced Labour Ban, Batteriförordningen och Avskogningsförordningen, men dessa hänger även ihop med den större lagstiftningen CSDDD.

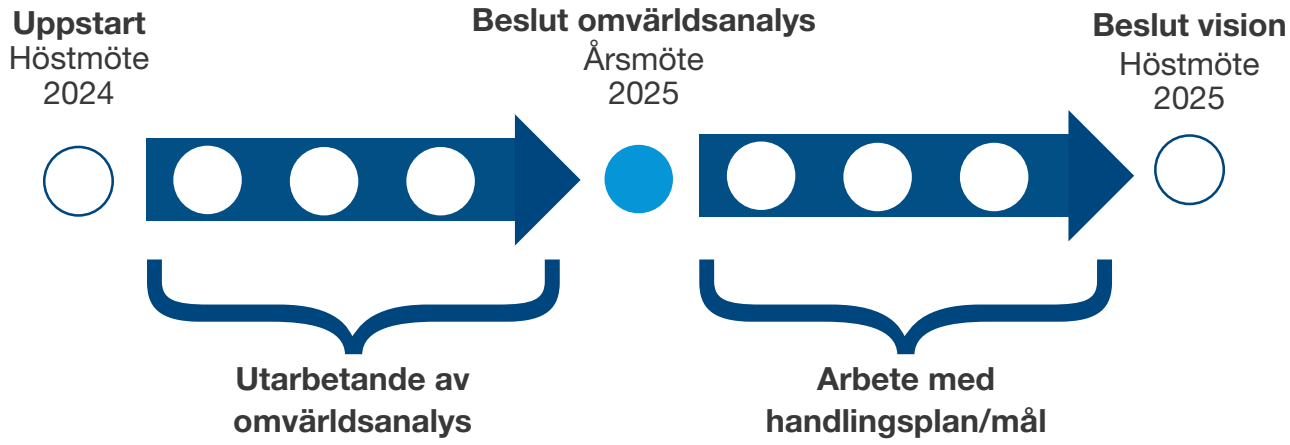
Ett ökat e-handelsflöde, där en stor andel varor inte uppfyller EU:s kvalitets- och säkerhetskrav inom EU, utgör ett allt större växande problem ur många aspekter. Utvecklingen sätter konkurrensen ur spel inom EU när dess företag inte har en möjlighet att konkurrera på lika villkor. I förslaget till ny moderniserad tullagstiftningen är denna utmaning ett prioriterat fokus.

2026 kommer CBAM-lagstiftning gå in i den definitiva fasen. Samtidigt som detta sker påbörjas förändringen av EU:s utsläppshandel och i princip alla företag kommer att ingå i något av EU:s utsläppshandelssystem ETS1 och ETS2. Systemet innebär att man behöver köpa utsläppscertifikat som motsvarar sina utsläpp. Vi ser framväxten av CBAM-lagstiftningen även i andra länder. År 2027 inför UK sin CBAM-lagstiftning.



Dokumentation och förankring

Visionsarbetet har bestått av intern och extern förankring, omvärldsbevakning och analys samt benchmarking. Arbetet initierades på höstmötet 2024 och detta är en kortfattad redogörelse för arbetets olika delar samt de bilagor som finns till arbetet.



Under 2025 har följande aktiviteter genomförts:

Januari – februari
Uppstart och formerande av referensgrupp.

Februari
Intern förankring samt kartläggning av Handelskammarens aktiviteter.

Februari – maj
Skriftlig beskrivning av den egna verksamheten och analys genomfört av medarbetarna på Handelskammaren.

Mars – maj
Omvärldsanalys och benchmarking. Inklusive regionala möten och SWOT-analys.

10 april
Seminarium med The Economist – världen 2025 (omvärldsanalys).

Maj
I samband Eurochambres årsmöte arrangeras seminarium med Ben Butters (vd, Eurochambres) i syfte att benchmarka Sydsvenska Handelskammaren mot relevanta europeiska handelskamrar.

Sydsvenska Handelskammarens Årsmöte. ”Beslut Omvärldsanalys”.

Augusti
Kick-off med intern workshop kring värderingar, vision och målsättningar.

September
Utkast på visions- och strategidokument att presentera för Handelskammarens styrelse.

September – oktober
Regionala möten med presentation och diskussion kring vision och strategi (exempelvis Växjö den 29 oktober).

November
Slutgiltigt förslag på vision och strategi presenteras för fullmäktige att fatta beslut om.

Bilagor

- Eklund, J. och Deiaco, E., (2024), Sydsvensk konkurrenskraft, Entreprenörskapsforum.
- Stadgar samt lagstiftning som Handelskammaren har att förhålla sig till.
- Sammanställning av enkät till fullmäktige.
- Arbetsmaterial från workshops såväl externa som interna.
  - Beskrivning av organisationen olika delar samt tre separata förslag på vision och målsättningar som medarbetare tagit fram i grupparbeten.
  - Benchmarking mot andra handelskamrar och näringslivsorganisationer.
  - SWOT-analys.
  - Utkast kommunikationsstrategi.
  - Värderingar – att leva efter handelskammarens värderingar i vardagen.



Handelskammaren
I sydsvenska företags intresse

Sydsvenska Industri- och Handelskammaren
Ångbåtsbron 1, 211 20 Malmö. Tel 040 - 690 24 00
www.handelskammaren.com