



Näringslivsstrategi för Degerfors kommun

Innehåll

Näringslivsstrategi för Degerfors kommun	1
1.0 Analys.....	3
1.1 ”Bättre dialog mellan kommunen och näringslivet”	3
1.2 ”Mer byggbar mark”	3
1.3 ”Långsiktigt möjligt att få minst 4,0 i sammanfattande omdöme”.	3
2.0 Mål.....	3
2.1 Vision	3
2.2 Långsiktigt mål.....	4
2.3 Strategier	4
2.4 Faser	4
3.0 Aktiviteter.....	4
3.1 Aktiviteter under ”Relationsfasen” (2026).....	4
3.2 Aktiviteter under ”Samarbetsfasen” (2027).....	5
3.3 Aktiviteter under ”Resultatfasen” (2028).....	5
4.0 Indikatorer.....	6

1.0 Analys

1.1 "Bättre dialog mellan kommunen och näringslivet"

På grund av att Degerfors kommun blev rankad sist i Sverige (290) av Svenskt Näringsliv 2025 är svaren från den enkätundersökningen en viktig utgångspunkt för en näringslivsstrategi. Det absolut viktigaste önskemålet från företagarnas perspektiv enligt undersökningen är en "bättre dialog mellan kommunen och näringslivet" (42 %). Men samtidigt som undersökningen visar på en stor efterfrågan av dialog så visar det sig att väldigt få företag deltog på de frukostträffar som tidigare har arrangerats av kommunen för dialog. Det är därför troligt att det först och främst kommer krävas hårt arbete med att kontakta och besöka så många lokala företag som möjligt för att skapa relation. För att först därefter kunna locka företagen till företagsträffar för dialog.

1.2 "Mer byggbar mark"

Undersökningen pekar även ut "mer byggbar mark" som den viktigaste åtgärden för att locka hit nya företag. Flera företag som visat intresse för att etablera sig på orten har backat och gått vidare till andra kommuner på grund av brist på byggbar mark. Det finns idag ett utmärkt kartområde för nyetableringar inom industrin men det området är långt från byggbart i dagsläget. För att komma vidare i processen behöver kommunen till att börja med ta fram en genomförandeplan för det området.

1.3 "Långsiktigt möjligt att få minst 4,0 i sammanfattande omdöme".

Svenskt Näringsliv tycker själva att rankingplaceringen är ett dåligt mål eftersom en högre ranking kräver att andra sänker sig. De rekommenderar i stället företagens sammanfattande omdöme som ett bra mål och menar att det "är långsiktigt möjligt för varje kommun är att få minst 4,0 i sammanfattande omdöme". Degerfors kommuns senaste resultat från företagens sammanfattande omdöme var 3,0 vilket anses som "godtagbart" i jämförelse med 4,0 som anses som "bra". Det bör påpekas att på kort sikt finns det en risk att det sammanfattande omdömet till och med kommer att vara lägre i kommande undersökning eftersom det återspeglar 2025 då ingen personal jobbade med näringslivsfrågor. Degerfors kommun bör därför inte förvänta sig "quick fix". Det är mer realistiskt att förvänta sig bättre resultat först efter 3 år.

2.0 Mål

2.1 Vision

"Ett förbättrat näringslivsklimat är ett resultat av vårt fördjupade samarbete med befintliga och nystartade företag." (Vision BÄSTA Degerfors)

2.2 Långsiktigt mål

Degerfors kommun ska senast 2028 ha ett sammanfattande omdöme på 4,0 (bra) i Svenskt Näringslivs enkät.

2.3 Strategier

- Utveckla dialogen mellan kommunen och näringslivet.
- Skapa bättre förutsättningar för nya företag att etablera sig.

2.4 Faser

1. Relationsfasen (2026) – fokus på att skapa relationer till företagarna.
2. Samarbetsfasen (2027) – fokus på att fördjupa samarbetet med företagarna.
3. Resultatfasen (2028) – fokus på att samarbetet med företagen ska ge resultat.

3.0 Aktiviteter

3.1 Aktiviteter under "Relationsfasen" (2026)

- Ta fram ett företagsregister för Degerfors kommun.
- Ta fram ett CRM-system för att dokumentera kontakten med alla företag.
- Ta fram en kommunikationsplan tillsammans med kommunikatören.
- Ta fram ett nyhetsbrev som är kopplat till ett företagsregister.
- Skicka löpande ut digitala nyhetsbrev till alla företag som vi har e-postadress till.
- Skicka ut ett presentationsbrev med posten till alla (ca 650) företag i kommunen.
- Sök kontakt med företagen via telefon med mål att boka in 100 företagsbesök.
- Ta fram en kartläggningsmall inför företagsbesöken.
- Utför 100 företagsbesök varav 10 med kommunaldirektör och kommunstyrelsens ordförande.
- Uppföljning och revidering av näringslivsstrategin med kommundirektören 2 gånger per år.
- Bjud in alla företag som tagit emot företagsbesök till en middag i november. Tillsammans med kommundirektör och kommunstyrelsens ordförande. Där vi stämmer av "Relationsfasen" och presenterar "Samarbetsfasen".
- Gå vidare med plan som tagit fram för Högbergstorps industriområde.
- Kartlägg fler markområden som kan passa för andra verksamheter.

3.2 Aktiviteter under "Samarbetsfasen" (2027)

- Ta fram en kommunikationsplan tillsammans med kommunikatören.
- Skicka löpande ut digitala nyhetsbrev till alla företag som vi har e-postadress till.
- Utför 10 företagsbesök med kommunaldirektör och kommunstyrelsens ordförande hos någon av de företag som näringslivssamordnaren besökte själv under 2026.
- Bjud in alla företag som tagit emot företagsbesök under 2026 till en workshop i slutet av januari. Tillsammans med kommundirektören och kommunstyrelsens ordförande samt kommunens förvaltningschefer. Där vi jobbar med den övergripande frågan "Vad skulle krävas för ett högre betyg i Svenskt Näringsliv enkätundersökning?" genom att identifiera och prioritera utvecklingsområden.
- Bjud in alla företag via elektroniska nyhetsbrev till företagsträffar (variera frukost/lunch/middag för att se om tidpunkten gör skillnad). Tillsammans med kommunstyrelsens ordförande och kommundirektören. I slutet av mars, maj, augusti och oktober.
- Bjud in alla företag som deltog på workshopen i februari till en uppföljande workshop i slutet av november. Tillsammans med kommundirektör och kommunstyrelsens ordförande samt kommunens förvaltningschefer. Där vi stämmer av "Samarbetsfasen" och presenterar "Resultatfasen".
- Uppföljning och revidering av näringslivsstrategin 2 gånger per år.
- Gå vidare och färdigställ markområden så att de står redo för etableringar.

3.3 Aktiviteter under "Resultatfasen" (2028)

- Ta fram en kommunikationsplan tillsammans med kommunikatören.
- Skicka löpande ut digitala nyhetsbrev till alla företag som vi har e-postadress till.
- Utför 10 företagsbesök med kommunaldirektör och kommunstyrelsens ordförande hos någon av de företag som näringslivssamordnaren besökte själv under 2026.
- Bjud in alla företag till företagsträffar via elektroniska nyhetsbrev (variera frukost/lunch/middag beroende på utfallet föregående år). Tillsammans med kommunstyrelsens ordförande och kommundirektören. I slutet av feb, april, augusti och oktober.
- Bjud in alla företag som deltog på någon workshop under 2027. Tillsammans med kommundirektör och kommunstyrelsens ordförande. Till en resultatdialog i slutet av maj. Där årets enkätundersökning från Svenskt Näringsliv presenteras.
- Uppföljning och revidering av näringslivsstrategin.
- Skapa en ny näringslivsstrategi för 2029 – 2031.

- Bjud in alla företag som deltog på någon workshop under 2027 eller 2028. Tillsammans med kommundirektör och kommunstyrelsens ordförande. Till en middag i slutet på november. Där vi stämmer av ”Resultatfasen” och presenterar näringslivsstrategin för 2029 - 2031.
- Marknadsför marken för nyetableringar.

4.0 Indikatorer

- Rapport från Svenskt Näringsliv: Företagens enkätsvar på sammanfattande omdöme.
- Statistik från Business Update System: Nystartade och inflyttade företag i Degerfors kommun.