

Form
Design
Center

Designbranschen i Sverige

Rapport 2025

Utgiven av: Form/Design Center januari 2025

Skribent: Daniel Byström är designer och grundare av Design Nation med 20 års erfarenhet inom destinationsdesign och platsutveckling. Han har länge jobbat för att föra designkårens talan inom nationell designpolitik och drivit designfrågor i nordiska och internationella sammanhang. Byström är medskribent av studien *Design som utvecklingskraft* utgiven 2022 av Svensk Form i samarbete med SVID på uppdrag av Kulturdepartementet.

Layout och grafisk form: Form/Design Center

Foto: Form/Design Center om inget annat anges.

Omslag – Stol av Gergely Kovacs.

Kontakt: Terese Alstin, chef för strategisk utveckling av designbranschen på Form/Design Center.
terese.alstin@formdesigncenter.com

formdesigncenter.com

Innehållsförteckning

Nyckeltal designbranschen.....	4
Förord.....	6
Sammanfattning	9
Bakgrund	10
Avgränsning.....	13
Antal designföretag	14
Geografisk spridning av designföretag	16
Fördelning av designriktningar	18
Branschperspektiv Anders Bergström.....	20
Nystartade designföretag.....	22
Bolagsformer	24
Storleksklasser	26
Omsättningsklasser	27
Omsättning och lönsamhet.....	28
Branschperspektiv Annika Fredriksson	30
Antal anställda.....	33
Yrkesverksamma designer.....	34
Antal yrkesverksamma designer	35
Geografisk spridning yrkesverksamma designer	36
Branschperspektiv Martin Johansson.....	38
Könsfördelning och jämställdhet.....	40
Löner.....	42
Statistik från andra håll.....	44
Branschperspektiv Jens Wedin	48
Möjligheter och utmaningar	50
Metod	52
Om Form/Design Center.....	56
Ordlista	58
Källförteckning.....	60
Tack!.....	63

Nyckeltal designbranschen

Digital design
16,9 mdkr

Omsätter totalt

78,5
mdkr

Möbeldesign
20,3 mdkr

Industridesign
19,3 mdkr

21%
Anställda i
mikroföretag

Totalt
38 787
yrkesverksamma
designer i Sverige
2022

42%
arbetar i företag med
mer än 250 anställda

→ 33 173 anställda i 8 479 designaktiebolag 2023

98%
Mikroföretag

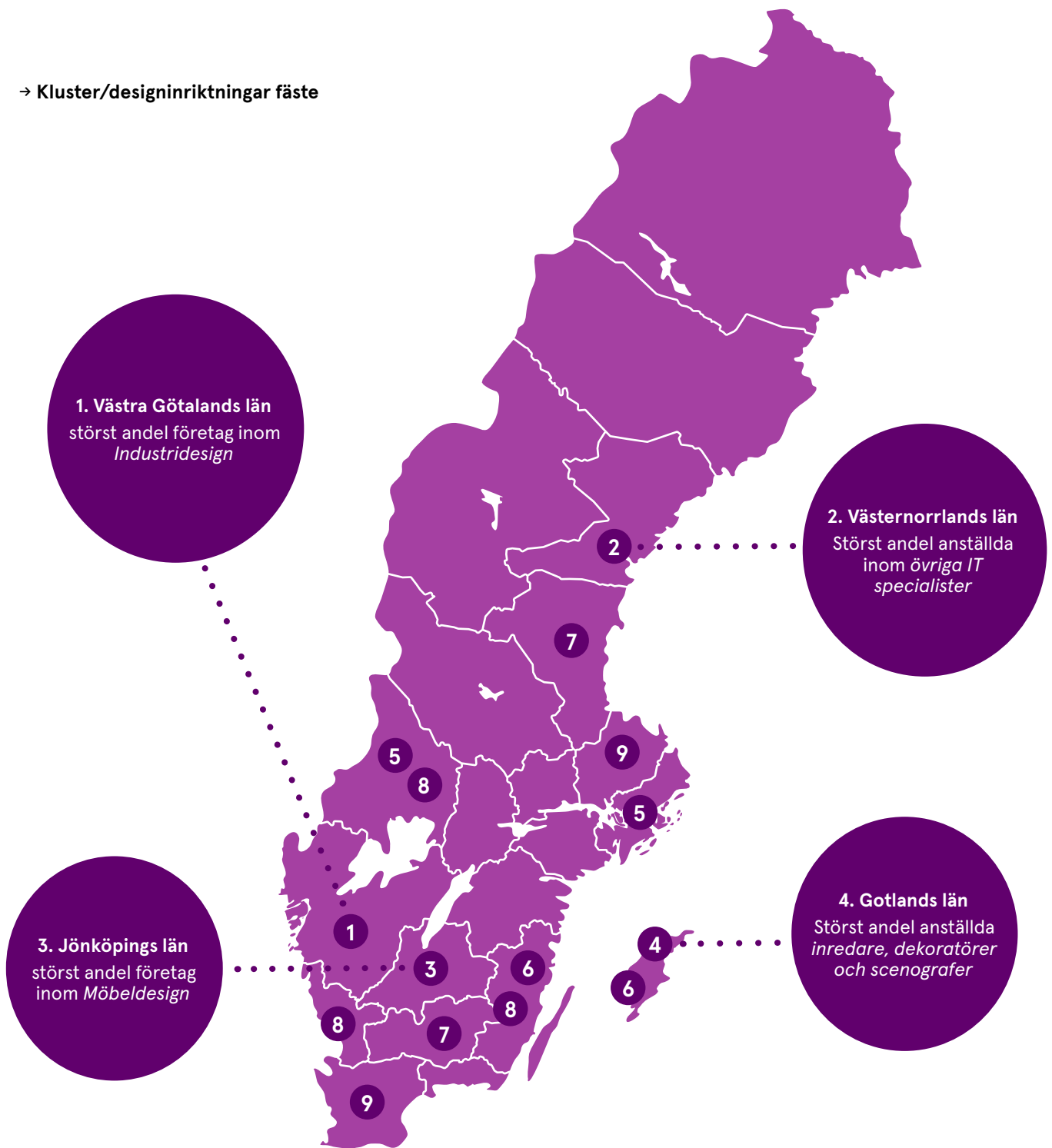
20 372
aktiva svenska
designföretag

→ 5 838 företag inom *Grafisk design*
→ 4 245 företag inom *Industridesign*
→ 2 821 företag inom *Inredningsdesign*

58%
i Stockholm,
Göteborg och
Malmö

→ 7 651 företag i Stockholms län
→ 3 401 företag i Västra Götalands län
→ 2 648 företag i Skåne län

→ Kluster/designinriktningar fäste



- 5. **Värmlands län** och **Stockholms län** – störst andel företag inom *Grafisk design*
- 6. **Gotlands län** och **Kalmar län** – störst andel företag inom *Design av glas och keramik*
- 7. **Kronobergs län** och **Gävleborgs län** – störst andel anställda *industridesigners*
- 8. **Kalmar län**, **Hallands län** och **Värmlands län** – störst andel anställda *grafiska formgivare*
- 9. **Skåne län** och **Uppsala län** – störst andel anställda *designer inom spel och digitala medier*

Förord

Denna rapport belyser området design. Ett område som behöver lyftas fram och skapas mer förståelse för. Dels för att särskilja det utifrån dess kompetens, dels i förhållande till dess betydelse för den svenska ekonomin och samhällsutvecklingen i stort.

Design är för många något exklusivt, eller något ytligt. Sanningen är dock att design, särskilt i dagens läge, berör allt och alla. Design utgör grunden för utveckling. Eller som det beskrivs i brittiska Design Council's rapport 'Design Economy – People, Places and Economic Value': *“Design shapes the world: from the products and services we use each day, to the buildings and places that surround us, and the systems that underpin how we live.”*¹

Rapporten från Design Council förmedlar vidare vilken enorm, och växande, betydelse design har för den brittiska ekonomiska tillväxten. Under år 2019 bidrog de brittiska designnäringarna med 97,4 miljarder pund i GVA (Gross Value Added), eller bruttoföredlingsvärde, till den brittiska ekonomin. Det utgör, inte mindre än, 4,9 % av det totala brittiska bruttoföredlingsvärdet, vilket är nästan lika mycket som värdet av den brittiska besöksnäringen och fastighetssektorn tillsammans. Och inte nog med det. Om man lägger samman det värde som designsektorn står för, med värdet som designkompetens tillför inom alla sektorer generellt, så är värdet från design år 2019 i Storbritannien 276 miljarder pund vilket utgör 14 procent av det totala brittiska bruttoföredlingsvärdet. Designkompetens stödjer utifrån detta perspektiv hela 4,47 miljoner jobb, eller vart sjunde jobb i Storbritannien, under år 2019.

I Sverige har det inte tagits fram någon liknande statistik, men man kan tänka sig att betydelsen av svensk design har minst lika stor betydelse för landets ekonomi som i Storbritannien.

Denna branschrapport kommer inte ge full insikt i allt det värde som design skapar i svenska perspektiv. Men rapporten utgör en viktig utgångspunkt och en början på en bättre och tydligare redovisning för hur den svenska designsektorn ser ut, hur den förändras och dess bidrag till den svenska ekonomin.

Rapporten undersöker delvis betydelsen av design genom att beröra den roll som design kan spela för produkt- och tjänsteproducerande företags förädlingsgrad, för problemlösning, effektivisering och förbättring av komplexa system, samhällsutveckling och hållbarhet.

Det huvudsakliga fokuset med branschrapporten är dock att kartlägga området design och förmedla aktuell statistik. Ambitionen med rapporten är att lyfta fram designeryrket, och framhäva alla de företag och individer som arbetar med design i Sverige.

Rapporten är unik i sitt slag. Ingen har tidigare gjort en rapport som denna för den svenska designsektorn. Men samtidigt finns det mycket mer att förmedla kring insikter om svensk design, om hur design som kompetensområde förändras, och hur design påverkar utvecklingen inom andra sektorer och samhället i stort.

Vi hoppas att denna rapport ska kunna utgöra ett startskott, med målet att ge en inledande förståelse för designområdet i Sverige. Utöver syftet att förmedla kunskap om svenska designföretag, och ge en ökad kännedom om förekommande designkompetenser, utgör rapporten även en grund för att utvärdera potentialen för nyetablerandet av en svensk yrkesorganisation för designern.

Förhoppningen är att genom en ny nationell yrkesorganisation ska årliga rapporter kunna produceras med statistik för designsektorn i Sverige, innehållande utförliga insikter om det värde som svensk design skapar.

Tack för att du läser denna rapport, och för att du tar till dig och begrundar dess innehåll. Det finns mycket att lyfta fram och det är svårt att täcka allt. Har du kommentarer, förslag, synpunkter eller exempel? Då tar vi tacksamt emot dessa!

Form/Design Center

¹ Hay, B., Todd, J., & Dewfield, S. (2024) – *Design Economy*.

"Rapporten är unik i sitt slag. Ingen har tidigare gjort en rapport som denna för den svenska designsektorn."



Digital Indulgence av konst- och designduon Wang & Söderström.



Textildesigner Jóna Berglind Stefánsdóttir í projekt með överblivna krockkuddar från bilindustrin. Foto: Anna Gudmundsdóttir.

Mycket av den tillväxt vi ser, de nya innovationerna, den tekniska utvecklingen, den mer tillgängliga kommunikationen och de samhällsförbättrande åtgärderna i vår miljö – de har ofta en sak gemensamt. Design har en avgörande roll för utvecklingen."

Sammanfattning

Det svenska näringslivets drygt 1 miljon företag hade år 2022 drygt 3,2 miljoner anställda, och en total nettoomsättning på 11 962 miljarder kronor.² Näringslivet domineras antalsmässigt av mikroföretag med 0–9 anställda, de utgör 96,3 procent av alla företag. Men det är de största företagen med fler än 250 anställda som står för huvudparten av antal anställda på 42,3 procent, en nettoomsättning på 51,3 procent samt ett förädlingsvärde på 47,6 procent. De största företagen hade totalt 1 365 000 anställda och omsatte 6 136 miljarder kronor under 2022. Mikroföretagen hade totalt ca 661 000 anställda och omsatte ca 1 866 miljarder kronor.

Den svenska designbranschens företag följde ungefär samma mönster. De 8 479 designaktiebolagen som ingick i kartläggningen till denna rapport hade drygt 33 000 anställda år 2023 och en total sammanlagd nettoomsättning på 78,5 miljarder kronor. Av alla designföretag, enskilda firmor inräknat, utgörs 98 procent av mikroföretag med 0–9 anställda. De största företagen sysselsatte 41,8 procent, eller nästan 13 900, av alla anställda i designaktiebolag, samt stod för 43,4 procent, eller 33 miljarder kronor, av designaktiebolagens nettoomsättning. Mikroföretagen bland designaktiebolag hade totalt knappt 6 950,

eller 21 procent, av alla anställda i designaktiebolag, och omsatte 11,2 miljarder kronor vilket motsvarade 14,7 procent av designaktiebolagens nettoomsättning.

Som siffrorna visar utgör designbranschen en betydande näring för helheten. Och då är det endast räknat på designbranschens egenvärde avseende antal anställda och det direkta ekonomiska bidraget från designaktiebolag. Enskilda firmor och handels- och kommanditbolag, vilket utgör en betydande del, tillkommer. Det stora värdet ligger emellertid i allt det värde som designbranschen skapar för sina uppdragsgivare som verkar inom andra sektorer, och för samhället i stort. Mycket av den tillväxt vi ser, de nya innovationerna, den tekniska utvecklingen, den mer tillgängliga kommunikationen och de samhällsförbättrande åtgärderna i vår miljö – de har ofta en sak gemensamt. Design har en avgörande roll för utvecklingen

² Företagens ekonomi 2022 (SCB, 2022).

"Den samlade bilden av design, och vad design kan bidra till, är mycket positiv. Såväl utifrån dess affärsnytta som för samhällets hållbara utveckling."

Bakgrund

Branschrapporten, och kartläggningen av designbranschen i Sverige, är framtagen i linje med regeringens strategi för kulturella och kreativa branscher.³ Ett av strategins delmål är just att ta fram nationell statistik för kulturella och kreativa branscher.

Regeringen anser att de kulturella och kreativa branscherna bör ses som en ny typ av basnäring i Sverige, som inte bara skapar arbetstillfällen i de berörda branscherna utan även tillväxt och innovation i andra sektorer.

Strategins vision för 2033 lyder:⁴

"Sverige har stärkt sin position som ett ledande land för de kulturella och kreativa branscherna. Branscherna har god tillväxt och bidrar till svensk ekonomi och ett dynamiskt näringsliv i hela landet, ökad export och en positiv Sverigebild i utlandet."

Enligt regeringens skrivelse återfinns i Sverige omkring 130 000 företag, det vill säga en tiondel av alla Sveriges företag, inom de kulturella och kreativa branscherna.⁵ Enligt den senaste mätningen 2017 omsatte de kulturella och kreativa branscherna 400 miljarder kronor och sysselsatte cirka 190 000 personer i hela landet. Branschernas tillväxt, mätt i ökning av deras samlade förädlingsvärde, var 11 procent mellan 2010 och 2017, och det finns skäl att anta att omsättningen och sysselsättningen i dag är högre.

Design lyfts i strategin fram av regeringen som ett centralt område inom det nationella målet för *Hållbara livsmiljöer i hela landet*. Målet handlar bland annat

om att bidra till ett hållbart, jämlikt och mindre segregerat samhälle med omsorgsfullt gestaltade livsmiljöer där alla ges goda förutsättningar att påverka utvecklingen av den gemensamma miljön.

Vidare förmedlar strategin att design är med och påverkar hur byggnader, anläggningar, varor, tjänster och system utformas. Strategiska designprocesser ett viktigt verktyg för att förbättra allt ifrån det offentliga förmåga att leverera tjänster till företagets konkurrenskraft och även till att minska produkters klimatpåverkan.

Det finns även ett betydande fokus på kraften och innovationsförmågan hos design i samband med den gröna omställningen som drivs av EU och initiativet New European Bauhaus.⁶

Studien *Design som utvecklingskraft* från 2022 bekräftar bilden av att design bör ses som ett strategiskt kompetensområde.⁷ Design kan tillämpas för att förbättra människors liv, företags konkurrenskraft det offentliga förmåga att leverera rätt tjänster till medborgarna. Därutöver, inte minst, kan design användas för att utveckla verktyg och processer för att minska klimatpåverkan och därmed bidra till samhällets hållbara utveckling.

Lägg även till genomförda undersökningar som påvisar affärsnyttan med design. Det kan handla om stärkt konkurrenskraft, utveckling av nya produkter eller tjänster, ökad lönsamhet eller omsättning.⁸

³ Kristersson, U. & Liljestrand, P. (2023) – *Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*.

⁴ Regeringskansliet (2024) – *Ny strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*.

⁵ Svenska institutet (2024) – *SI främjar det kreativa Sverige*.

⁶ European Union (2024) – *New European Bauhaus*.

⁷ Daram Westling, L. & Byström, D. (2022) – *Design som utvecklingskraft*.

⁸ SVID, STD, Teknikföretagen (2008) – *Design för bättre affärer*.



Panelsamtal under designfestivalen Southern Sweden Design Days.

Den samlade bilden av design, och vad design kan bidra med är mycket positiv. Såväl utifrån dess affärsnytta som för samhällets hållbara utveckling.

Trots detta är förståelsen av design generellt sett låg. Det saknas allmänt insikt om den inneboende kapacitet som finns inom design. Kunskapen brister hos många, om vad designkompetens kan användas till. Inkluderingen av designkompetens borde vara större än vad den är idag inom många fler utvecklingsområden. Här finns en stor möjlighet till att driva på utvecklingen i linje med regeringens vision.

Studien *Design som utvecklingskraft* förmedlar att stora delar av näringslivet och offentlig sektor i dagsläget har en syn på design som fokuserar på slutprodukter snarare än på design som verktyg eller process.⁹ Potentialen hos designer och designprocesser behöver förmedlas tydligare för att förbättra förutsättningarna för en ändamålsenlig upphandling.

Den samlade slutsatsen är att det behövs mer kunskap om designområdet, utbudet av designföretag och kompetenser. Designområdet behöver bli tydligare.

Mot denna bakgrund är målet med följande branschrapport att den ska leda till en ökad förståelse av den svenska designbranschen, samt belysa och framhäva dess roll inom satsningarna på de kulturella och kreativa branscherna, KKB. Rapporten ska undersöka och förmedla statistik om den svenska designbranschen, samt lyfta fram och ge en bild av förekommande designinriktningar.

Branschrapporten ska dessutom kunna fungera som en grund för att utvärdera möjligheten till att utveckla en yrkesorganisation för designers.

⁹ Daram Westling, L. & Byström, D. (2022) – *Design som utvecklingskraft*.



Going Dark – en uppslukande audiovisuell miljö av designerna Monika Hauck och Mathias Schach.

Avgränsning

Vi vill med denna branschrapport belysa den faktiska designbranschen. Det vill säga den som består av designföretag och anställda designer, som utvecklar produkter, tjänster och lösningar genom tillämpningen av designprocesser med fokus på utveckling, funktionalitet, estetik, värdeskapande och slutanvändarnas behov.

Branschrapporten är därför snävare i sin avgränsning, än vad som kan ses i många andra sammanhang där designområdet analyserats. Den avgränsning och det urval som har gjorts i vår kartläggning är anpassat för att framför allt belysa branschen och yrkesområdet design.

Tidigare rapporter som har gjorts på området, eller rapporter om kulturella och kreativa branscher där design ingår, är dessa ofta väldigt breda i sin avgränsning. Det betyder att en stor del av de företag och anställda som innefattas i dessa undersökningar inte är relevanta som utövare av design.

Ett exempel är att man ofta bakar in design inom området "Bild och form", som ofta även innehåller yrkesområdena foto, konst, och ibland arkitektur, men som saknar bland annat modedesign, UX/UI och digital design, och flera formgivningssinriktade yrkesområden.

Skillnaden med denna rapport är att den begränsas till utövare och företag som anger design som själva utgångspunkten för verksamheten. Därmed exkluderas en stor del av de som skulle kunna kallas för designföretag i andra undersökningar. Det betyder att rapporten inte har tagit med alla producerande företag som tillverkar designade produkter, eller företag inom handel och försäljning som säljer designade produkter och tjänster.

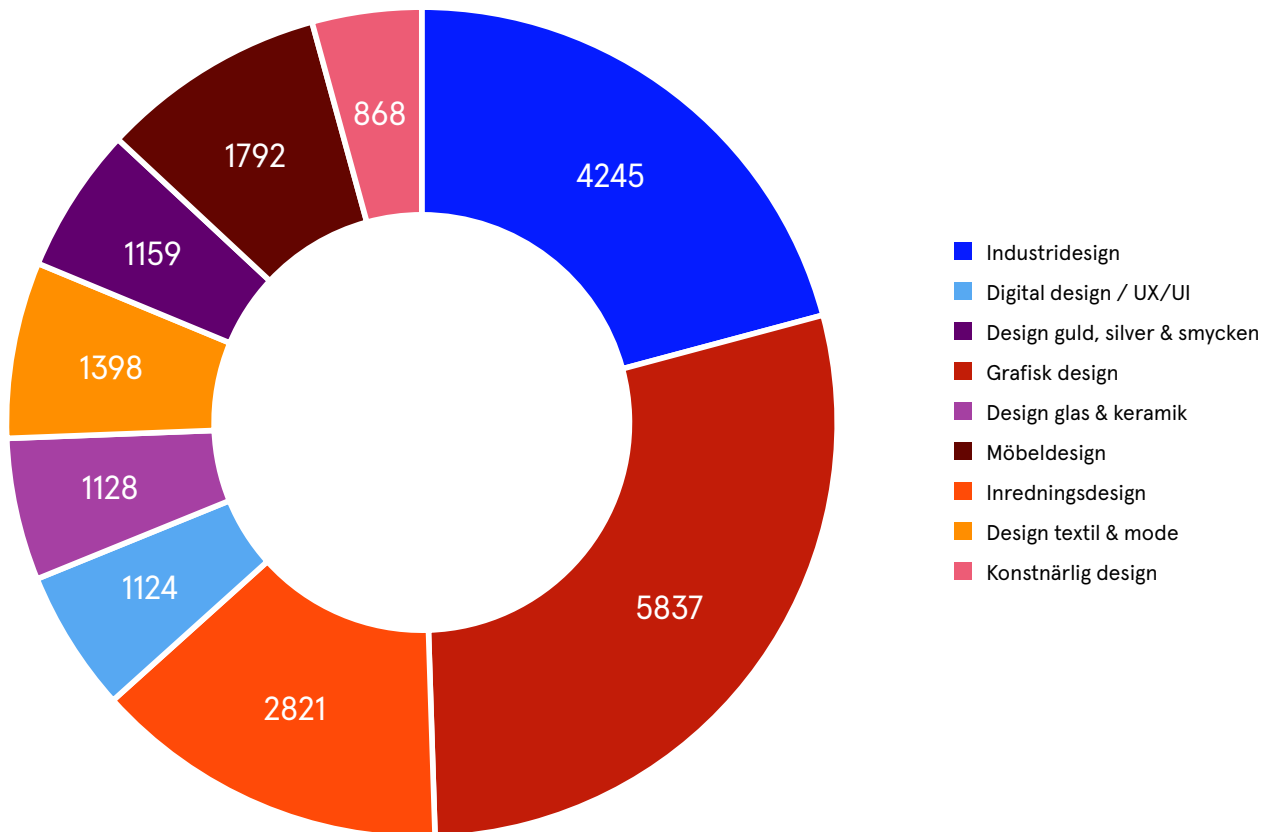
Avgränsningen och urvalet i kartläggningen bygger på omfattande studier av andra undersökningar. Vi har tittat på hur detta har gjorts i andra sammanhang, i och utanför Sverige. Bland annat har vi studerat hur andra designbranschorganisationer i Norden har gjort, däribland den finska yrkesorganisationen Ornamo som vi har tagit mycket inspiration från.¹⁰

Till slut har vi kommit fram till följande designinriktningar, vilket utgör samlande benämningar för olika typer av designföretag och kompetenser som denna branschrapport har avgränsats till att omfatta.

- **Industridesign**
- **Grafisk design**
- **Inredningsdesign**
- **Digital design / UX/UI**
- **Design glas & keramik**
- **Design textil & mode**
- **Design guld, silver & smycken**
- **Möbeldesign**
- **Konstnärlig design**

Mer om avgränsning och tillvägagångssätt för datainsamling och analys finns att läsa i avsnittet Metod (sid 52). Där finns även specificerat vilka yrkeskoder och SNI-koder som har tillämpats.

¹⁰ Lith, P. (2022) – *Muotoiluala 2022 – Suhdannekatsoaus*.



Antal designföretag

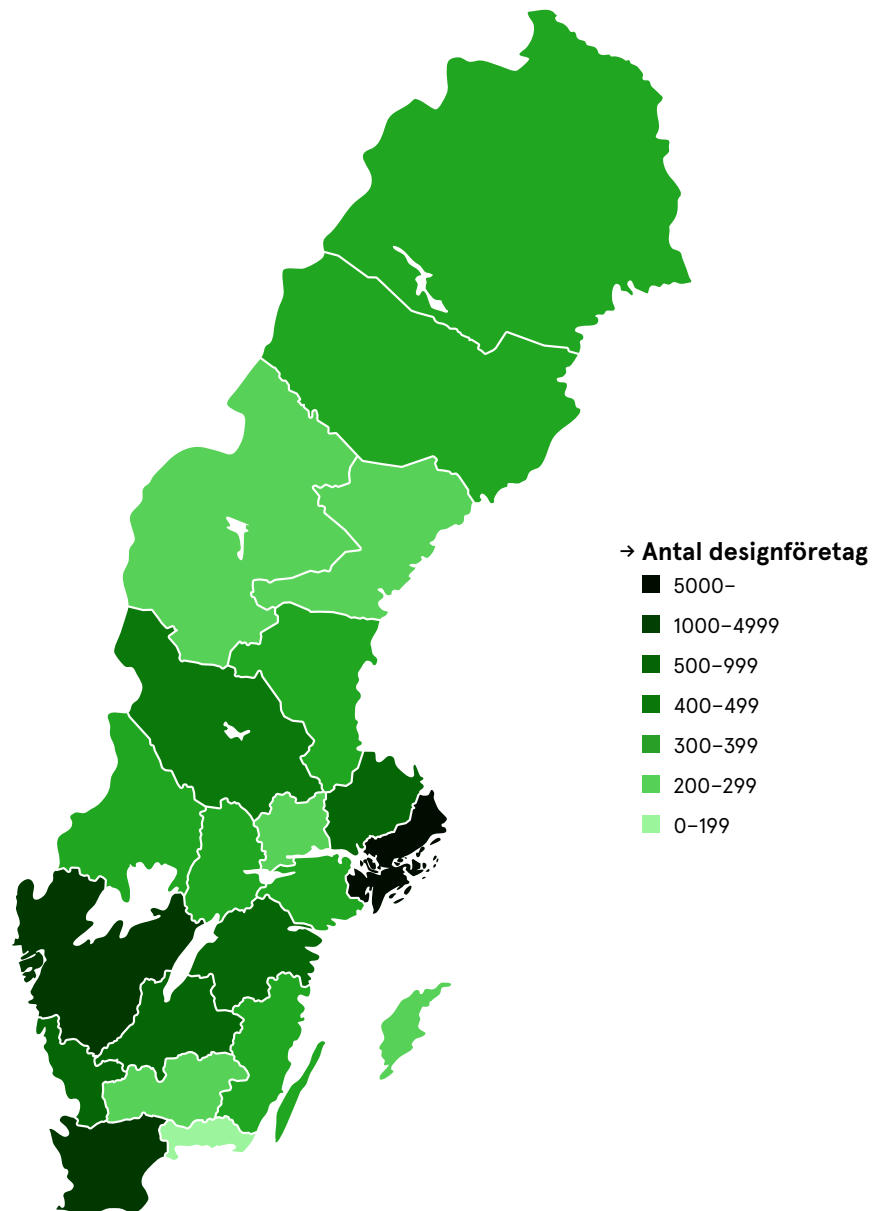
Kartläggningen som ligger till grund för denna branschrapport listar **20 372 aktiva svenska designföretag** inom våra urvalskriterier.

Störst andel av dessa utgörs av designinriktningen grafisk design med 5 838 företag, vilket motsvarar knappt 30 procent av alla designföretag. Därefter kommer industridesign med 4 245 företag, följt av inredningsdesign med 2 821 företag.

Designbranschen ingår i det som brukar kallas för tjänstesektorn. Två tredjedelar av företagen i Sverige är verksamma inom tjänstesektorn. Den svenska branschstrukturen har förändrats mycket under det senaste seklet. Från att ha dominerats av jordbruk, skogsbruk och fiskeföretag så expanderade industriföretagen stort, men i dag har vi i Sverige en branschstruktur som domineras av tjänstesektorn och vi har en tjänsteekonomi.



Helt okej fantastiskt – en samlingsutställning med designobjekt av Pauline Matika, Jóna Berglind Stefánsdóttir, Anna Ottosson m.fl.

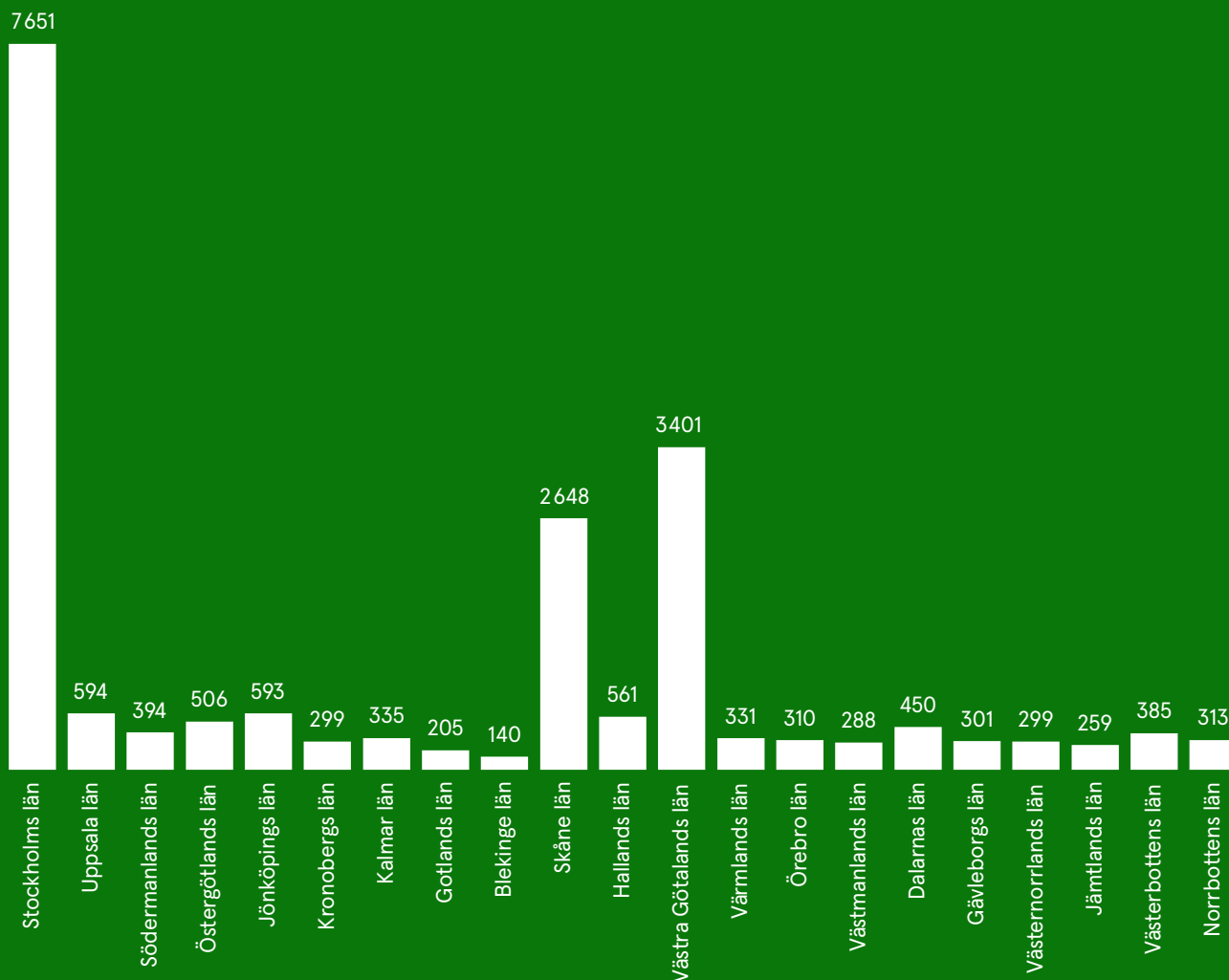


Geografisk spridning av designföretag

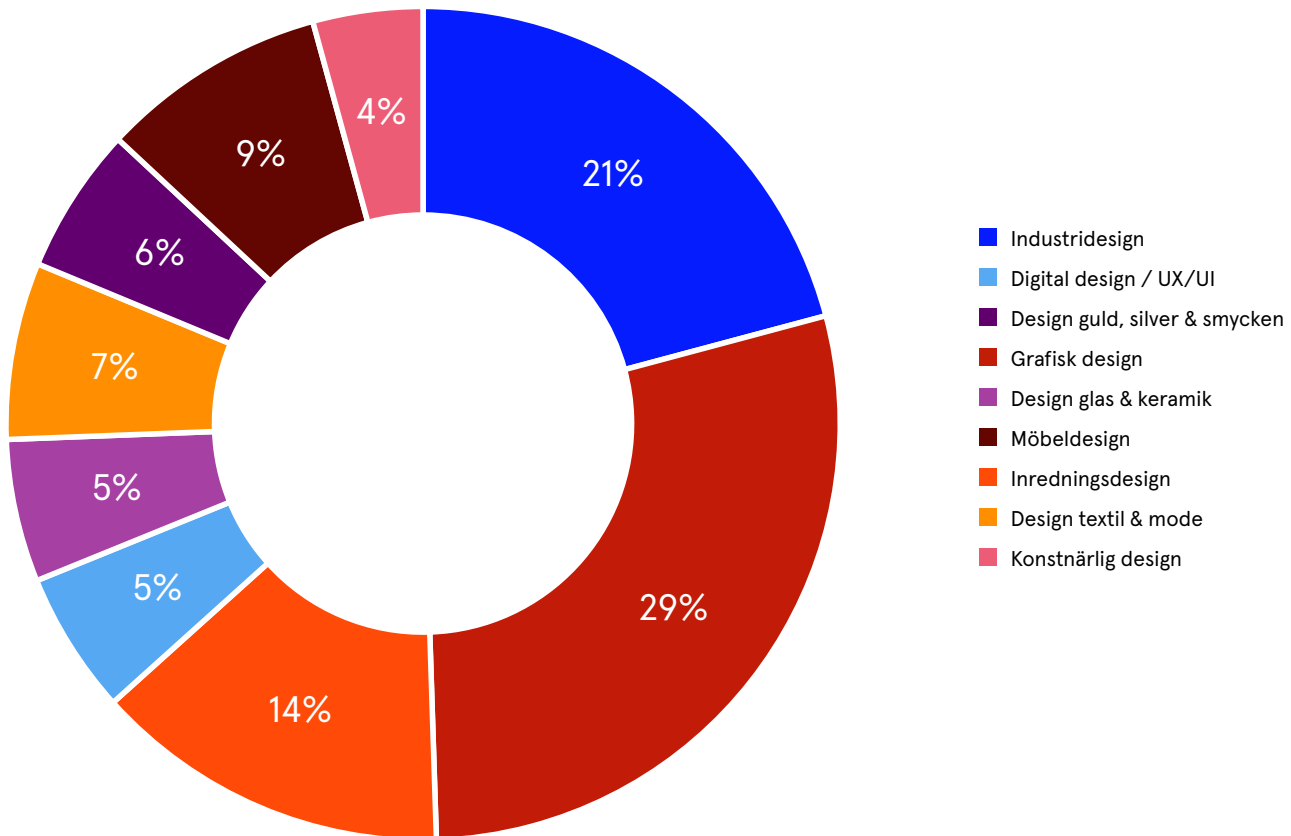
Kartläggningen visar vidare att en klar majoritet, 7 651 av designföretagen, är baserade i Stockholms län. Det motsvarar 38 procent av alla designföretag. Västra Götalands län har 3 401 designföretag och Skåne län 2 648. Dessa tre län tillsammans har 58 procent av alla de svenska designföretagen. Det kanske inte är så konstigt eftersom det också är de tre folkrikaste länen.

Det är endast inom en inriktning som de övriga länen innehar en förhållandevis stor andel av antalet designföretag nationellt. Det är Jönköpings län som har 151 företag inom möbeldesign vilket motsvarar 8 procent av alla företag inom kategorin.

→ Antal designföretag



Län	Industri-design	Grafisk design	Inrednings-design	Digital design / UX/UI	Design glas & keramik	Design textil & mode	Design guld, silver & smycken	Möbel-design	Konstnärlig design
Stockholms län	1721	2574	1281	470	218	276	361	377	373
Uppsala län	88	169	89	39	43	60	38	42	26
Södermanlands län	65	114	51	15	35	33	21	39	21
Östergötlands län	82	121	57	41	33	52	45	56	19
Jönköpings län	123	119	55	19	30	56	29	151	11
Kronobergs län	54	79	31	6	34	15	11	60	9
Kalmar län	63	52	31	18	57	34	22	51	7
Gotlands län	36	40	13	6	35	26	15	21	13
Blekinge län	21	33	14	8	14	12	7	23	8
Skåne län	575	773	353	164	153	145	149	235	101
Hallands län	122	129	77	22	45	40	34	76	16
Västra Götalands län	814	860	448	184	170	265	208	312	140
Värmlands län	37	105	34	18	34	32	16	42	13
Örebro län	44	76	43	17	31	33	16	37	13
Västmanlands län	41	83	43	13	19	29	30	25	5
Dalarnas län	56	115	45	18	32	75	30	58	21
Gävleborgs län	48	68	31	10	35	37	18	39	15
Västernorrlands län	56	85	28	11	17	42	18	29	13
Jämtlands län	56	52	22	8	26	33	23	32	7
Västerbottens län	63	97	37	28	37	42	20	40	21
Norrbottens län	59	68	31	4	17	49	38	34	13



Fördelning av designinriktningar

Även sett till fördelningen av designföretag inom länen har Jönköpings län, tillsammans med Kronobergs län, en större andel företag inom möbeldesign än vad vi kan se i andra län.

Grafisk design utgör, liksom på det nationella planet, den största designinriktningen bland designföretag i alla län, med tyngdpunkt på Stockholms län och Värmlands län.

Förhållandevis störst andel företag verksamma inom industridesign har Västra Götalands län. Gotlands län och Kalmar län märker ut sig genom att ha relativt stora andelar av designföretag inom design av glas & keramik.



Really Rococo II – bord av designer Ebba Lindgren.

Branschperspektiv



Foto: Kristina Lagercrantz

Anders Bergström Head of Design – PaperShell

Hej Anders! Du har lång erfarenhet som designer inom bilbranschen. Vad sysslar du med nu?

Ja, min grej har under lång tid varit bildesign. Fram till ungefär tre år sedan var jag Senior Design Manager på Volvo Cars. Innan dess hade jag jobbat som bildesigner under många år. Jag var bland annat med och byggde upp Lynk & Co. Så jag har jobbat med både konceptbilar och produktionsbilar. Mycket med materialbiten.

Sedan några år tillbaka jobbar jag på PaperShell som utvecklar och tillverkar ett biobaserat material avsett att ersätta fossilbaserade material som plast, glasfiber och aluminium. Jag är designchef, Head of Design.

Hur viktigt är det för ditt företag med design?

Det ligger väldigt högt upp på vår agenda. Vi är väl drygt 20–25 anställda. En relativt stor andel av oss är designutbildade inom olika inriktningar. Så design har en framträdande plats i vårt medvetande. Det är angeläget att vi ser oss som ett designföretag på många sätt. Det är en viktig bas hos oss.

Vi lägger också stor vikt vid att konst och kultur, där design är en del, har en betydande plats på agendan. Det öppnar andra typer av dörrar, som inte går att öppna från ingenjör- eller ekonomisidan.

Ibland kan designers vara tveksamma inför samarbetet med ingenjör- och ekonomivärlden. Och på samma sätt tvärt om. Ingenjör- och ekonomivärlden kan vara osäkra inför det abstrakta eller "flummiga" inom kultur och den biten av design. Vi vill förena de olika världarna på ett tydligt, enkelt sätt.

Så, design är väldigt viktigt och har en stor plats hos oss. Det är en av de tydliga arbetsströmmarna.

Vad är den största nyttan med design?

Med design kan man påvisa möjligheterna med någonting. Hur man kan utforma någonting. Eftersom vi jobbar med ett material så handlar det mycket om yta, struktur och färg. Att visa på en kulör- och materialdesignmässig nivå vad man kan göra. Och ge kunderna inspiration och förståelse för möjligheterna med vårt material.

Om vi kan visa på det så kan vi också bredda vilka branscher och vilka produkter vi kan jobba med. Och självklart är det ju dessutom så, att om man får fram intressanta, spännande och exklusiva uttryck och

utseenden så syns det även i priset. Man kan ta betalt för saker och ting. En fin bil blir dyrare än en ful bil. Så enkelt är det ju.

Vilka är de största utmaningarna för er just nu?

Utmaningarna handlar mycket om att vi håller på med någonting som är nytt. I det ligger det ju alltid utmaningar, men samtidigt också väldigt mycket "rewards". Vi är inne i ett område som inte har funnits innan. Det är väldigt belönande designmässigt att kunna hitta möjligheter som ingen annan har gjort tidigare.

Design hänger så intimt ihop med ekonomi och ingenjörskunskapen. Utmaningen ligger i att förena det konstnärliga och uttrycksfulla med dessa områden. Det är något som få branscher behärskar idag. Bilbranschen är ett exempel som verkligen lyckas med detta. Det är precis det vi vill plocka upp. Det är det vi försöker göra helt enkelt.

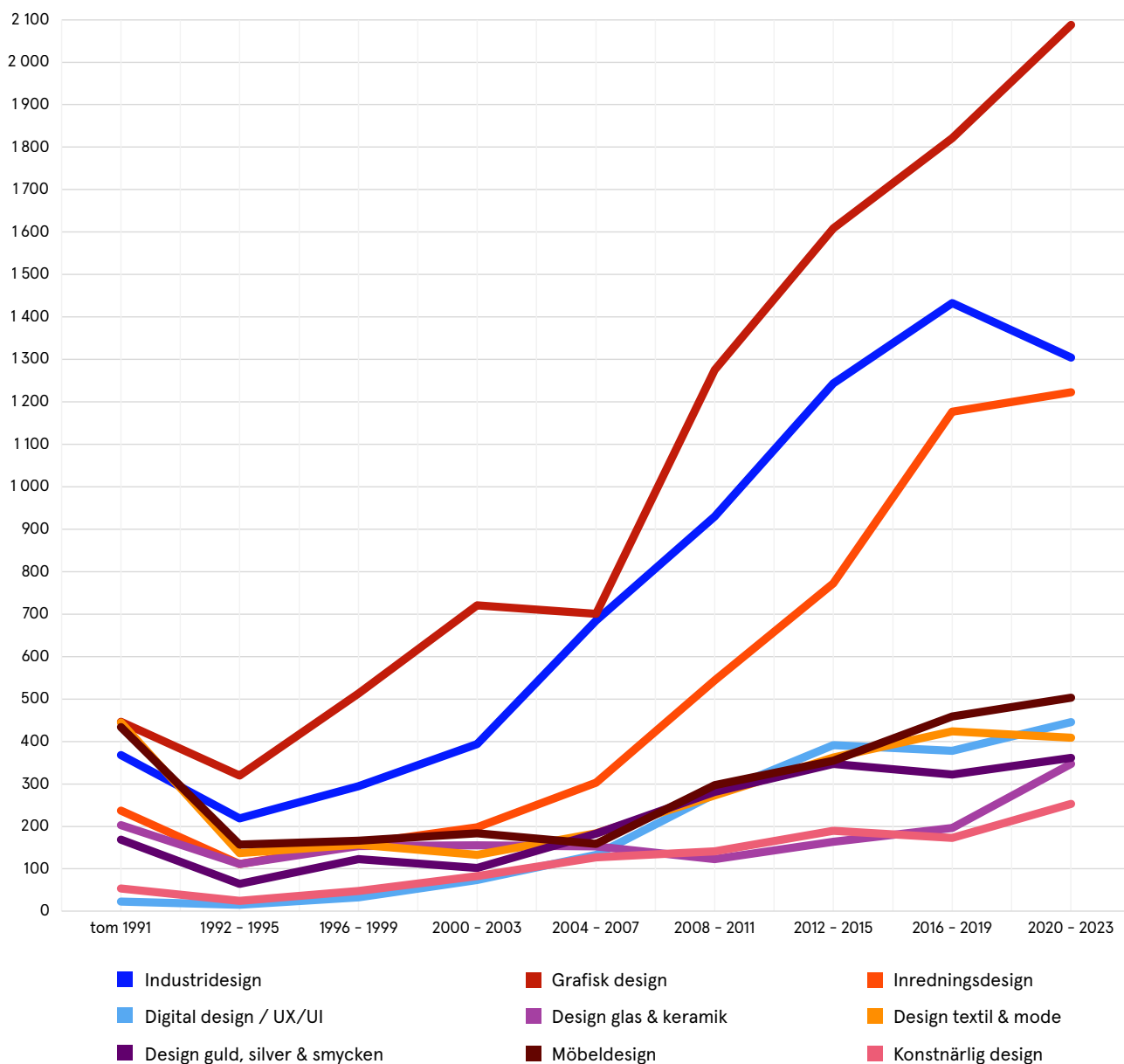
"Det är väldigt belönande designmässigt att kunna hitta möjligheter som ingen annan har gjort tidigare."

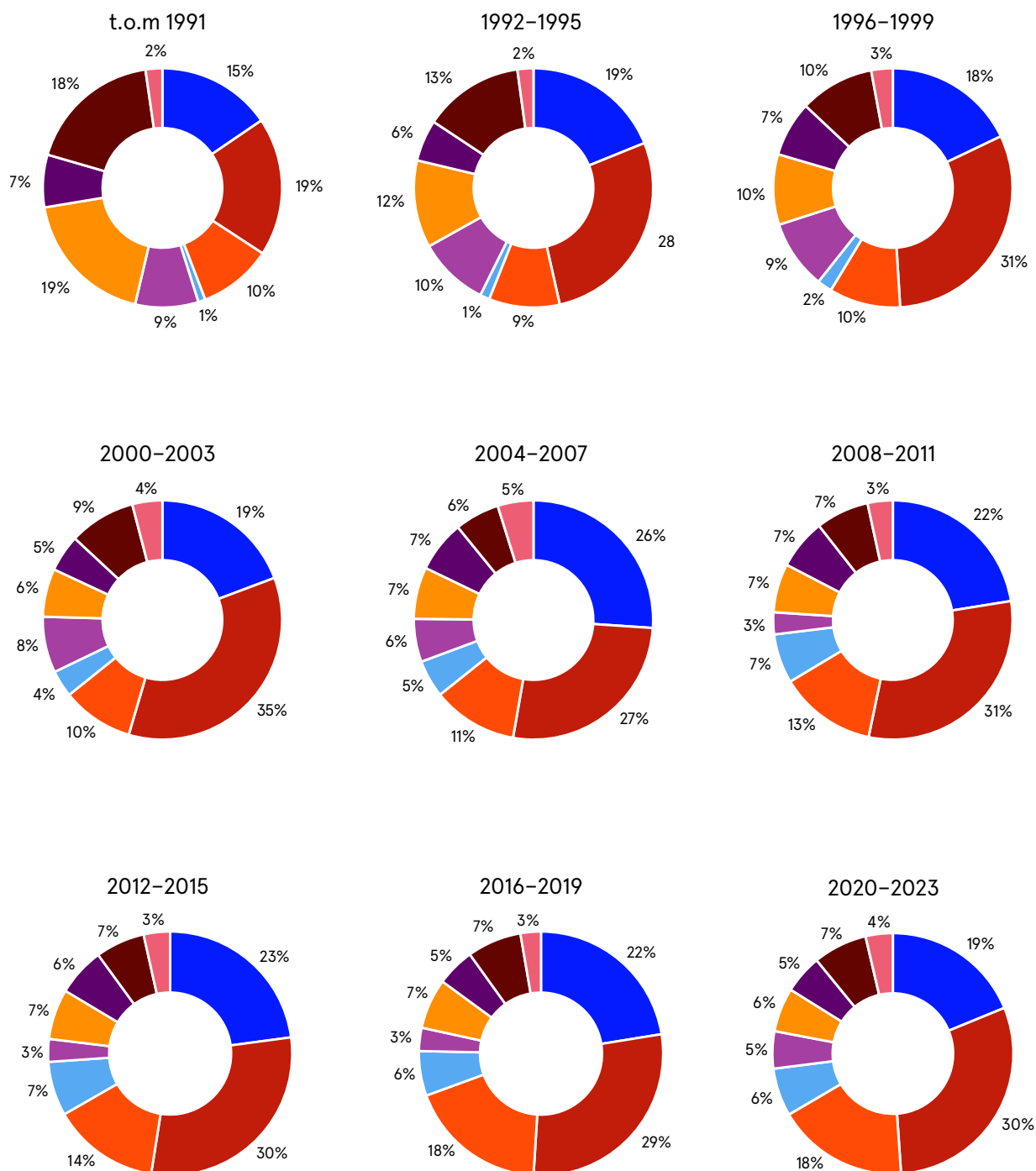
Nystartade designföretag

Under 2023 startades 1 347 nya designföretag varav 543 nya aktiebolag. De flesta inom designinriktningen grafisk design, därefter industridesign och inredningsdesign. Även digital design och möbeldesign ligger högt upp på listan.

se en liten nedgång i antalet nystartade företag inom industridesign. Digital design / UX/UI är den designinriktning som har vuxit mest med en genomsnittlig årlig ökning av nystartade företag på drygt 14 procent mellan åren 2020-2023.

Antalet nystartade designföretag ökar generellt över alla designinriktningar. Under de senaste åren kan vi

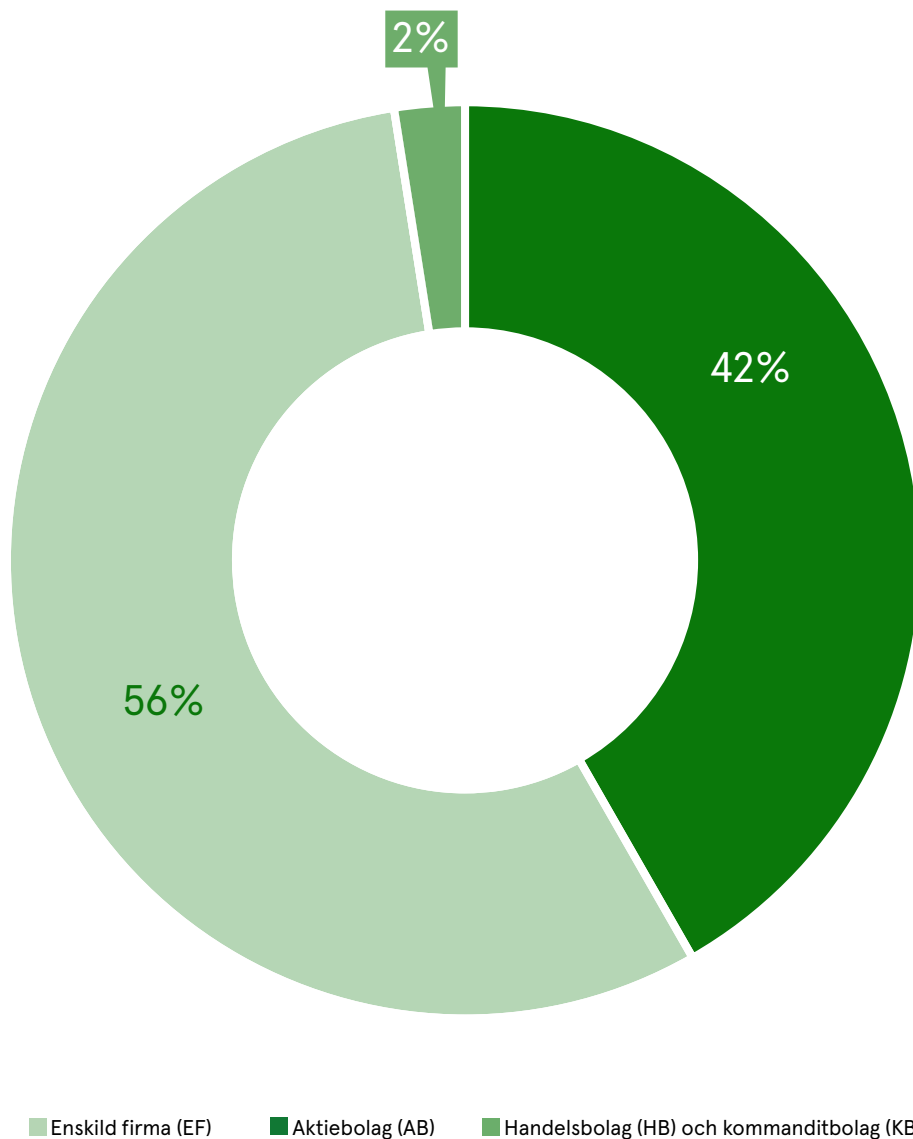




Det står tydligt att se i statistiken att det har skett ett skifte i designbranschen, från företag som var mer fokuserade på fysisk produktutveckling till mer digitala och tjänsteorienterade företag.

Vår kartläggning visar en bild av den svenska designbranschen som idag består av en allt större andel

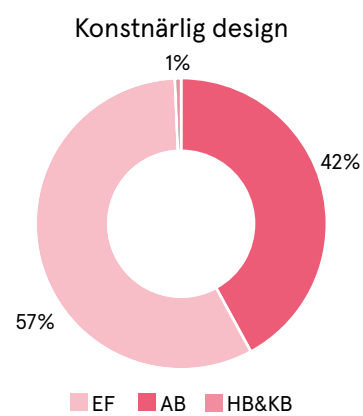
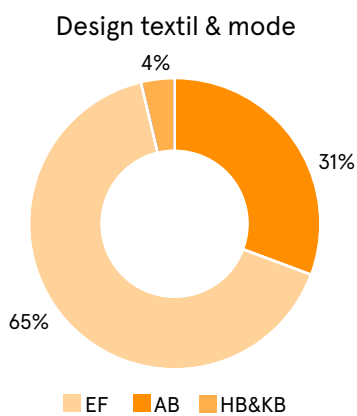
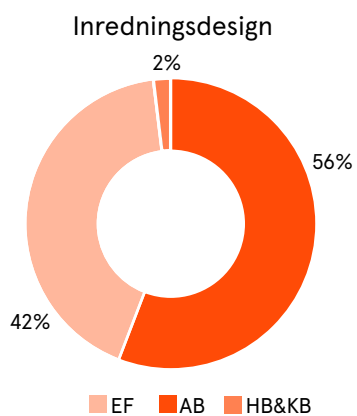
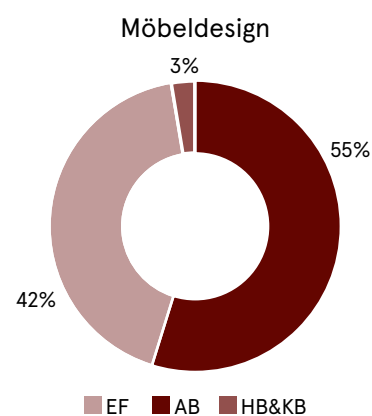
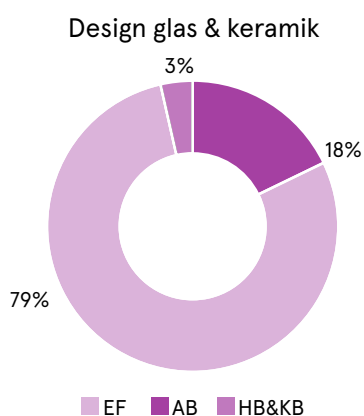
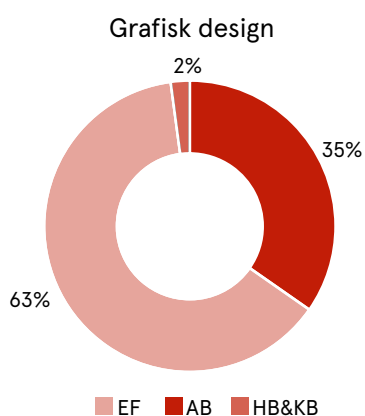
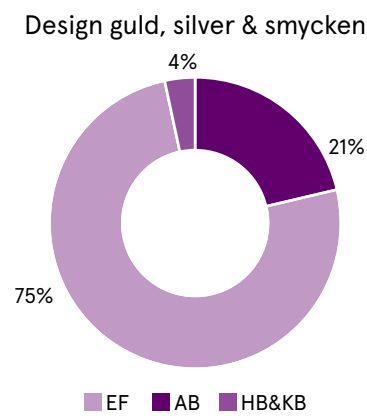
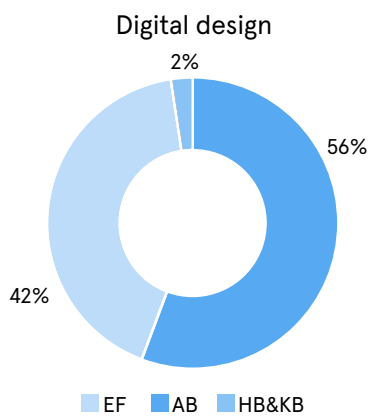
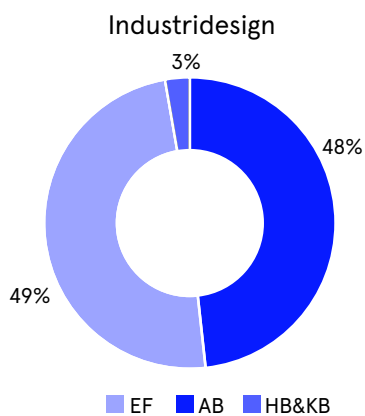
företag inom designriktningen digital design och UX/UI. Fler designriktningar är också på uppgång. I takt med att tiden går växer andra designriktningar fram såsom strategisk design, social design, service design och tjänstedesign.



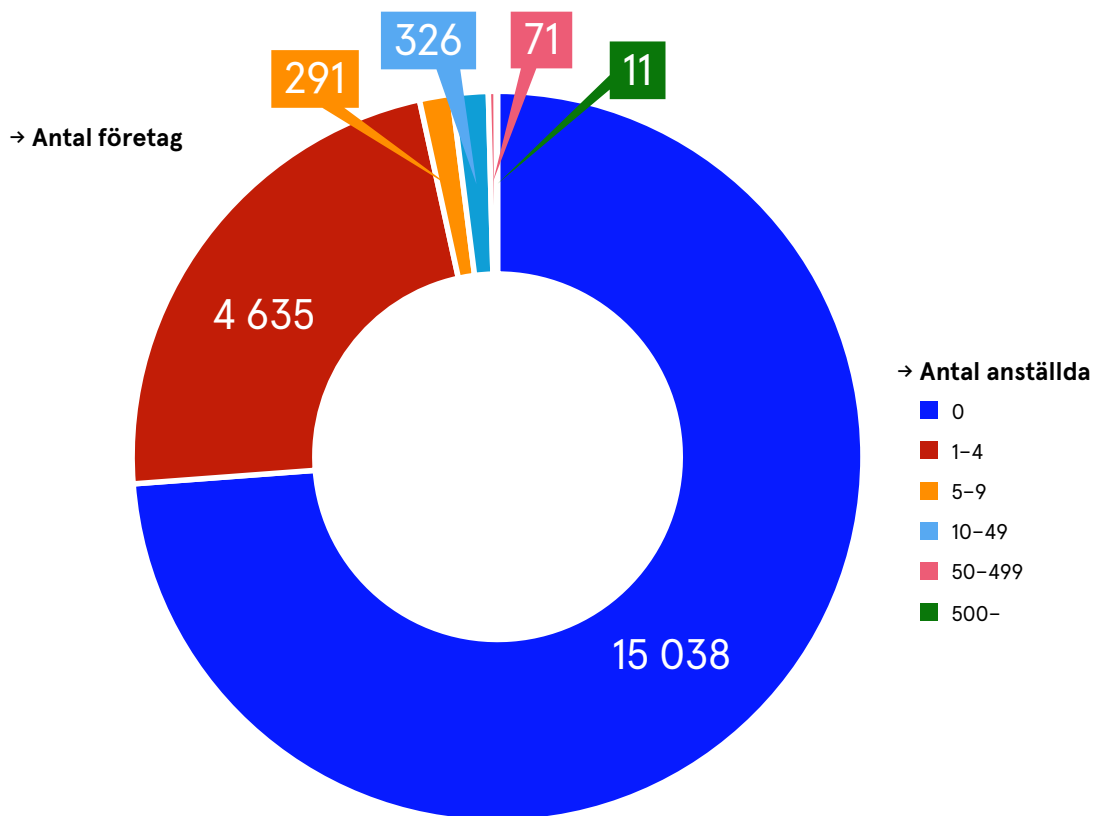
Bolagsformer

Den vanligaste bolagsformen bland svenska designföretag är enskild firma. Denna grupp utgör 56 procent av företagen, medan 42 procent är aktiebolag. Den största andelen aktiebolag finns inom designinriktningarna digital design, möbeldesign och

inredningsdesign. Även industridesign består av en relativt stor andel aktiebolag. De övriga inriktningarna är till största delen enskilda firmor.



EF: Enskild firma
 AB: Aktiebolag
 HB&KB: Handelsbolag och kommanditbolag



Storleksklasser

I stort sett alla designföretag som vi har kartlagt tillhör kategorin SME – Small and Medium-sized Enterprises, eller på svenska små och medelstora företag. Det är inget unikt. Precis samma fördelning gäller för resten av alla företag i Sverige, och även i EU. Drygt 99 procent tillhör kategorin små och medelstora företag, SME.

Inom kategorin SME finns det medelstora företag, små företag och mikroföretag. Dessa är klassificerade enligt följande:

→ **Medelstora företag: mellan 50 och 250 anställda, och en omsättning på mellan 10 och 50 miljoner euro eller en balansomslutning om högst 43 miljoner euro.**

→ **Små företag: mellan 10 och 50 anställda, och en omsättning eller balansomslutning på mellan 2 och 10 miljoner euro.**

→ **Mikroföretag: Företag med mindre än 10 anställda, och en omsättning eller balansomslutning under 2 miljoner euro.**

Designbranschen består till 98 procent av mikroföretag, det vill säga företag med färre än 10 anställda. Det är ungefär samma nivå som för svenska företag generellt, där 96 procent av alla företag består av mikroföretag.

Möbeldesign är den inriktning som har störst andel företag med 10 anställda eller fler, där 9 procent av företagen utgör denna kategori.

Omsättningsklasser

Merparten av alla företag i vår kartläggning har en omsättning på under 500 000 kronor. Denna grupp utgör ungefär 76 procent av alla företag. Då har vi även räknat med de företag där informationen om omsättningen inte är tillgänglig.

Det finns i huvudsak två anledningar till att information om omsättning saknas för ett företag. Den ena är om det är en enskild firma med en omsättning under 80 000 kronor. Då kan den enskilda firmen vara befriad från att lägga på moms på sin försäljning, och behöver inte heller rapportera moms till Skatteverket. Eftersom omsättningsklassen för enskilda firmor baseras på rapporterad moms så saknas information om omsättningsklass för dessa.

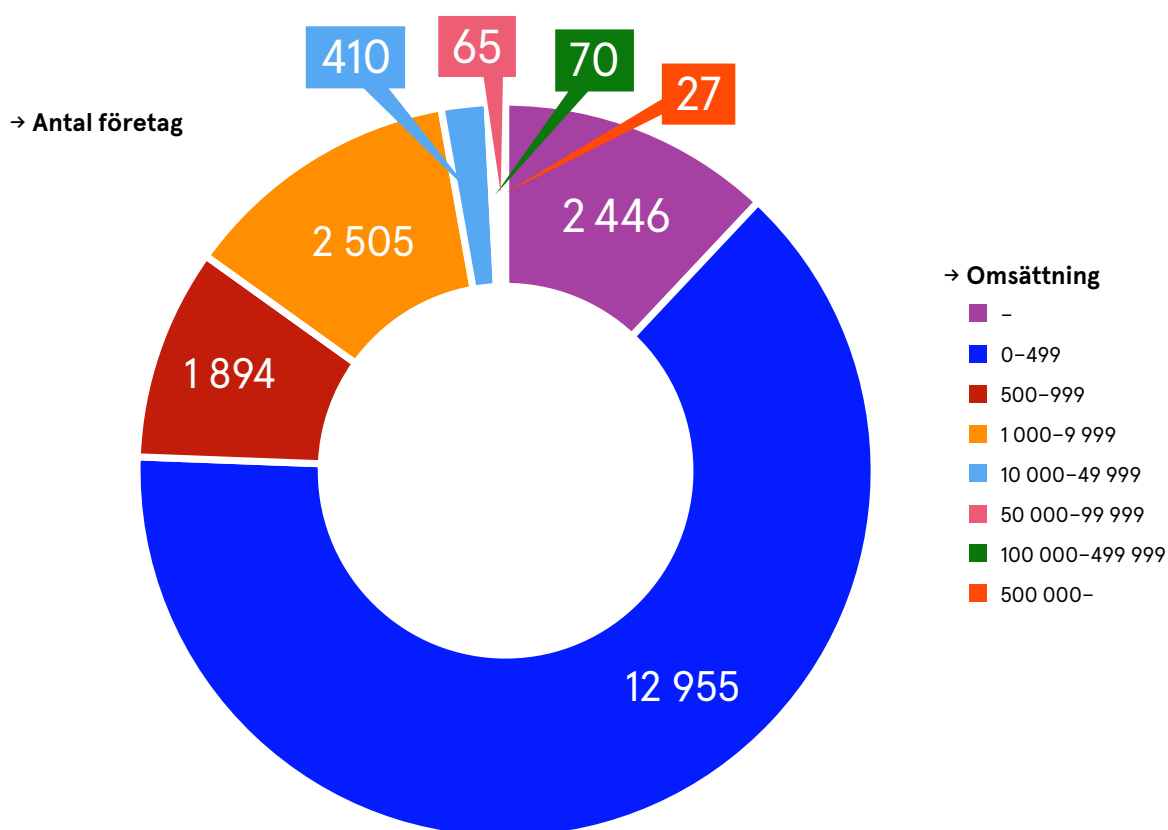
Den andra anledningen till att information om omsättning saknas kan vara att företaget är nystartat och ännu inte hunnit rapportera någon årsredovisning eller moms.

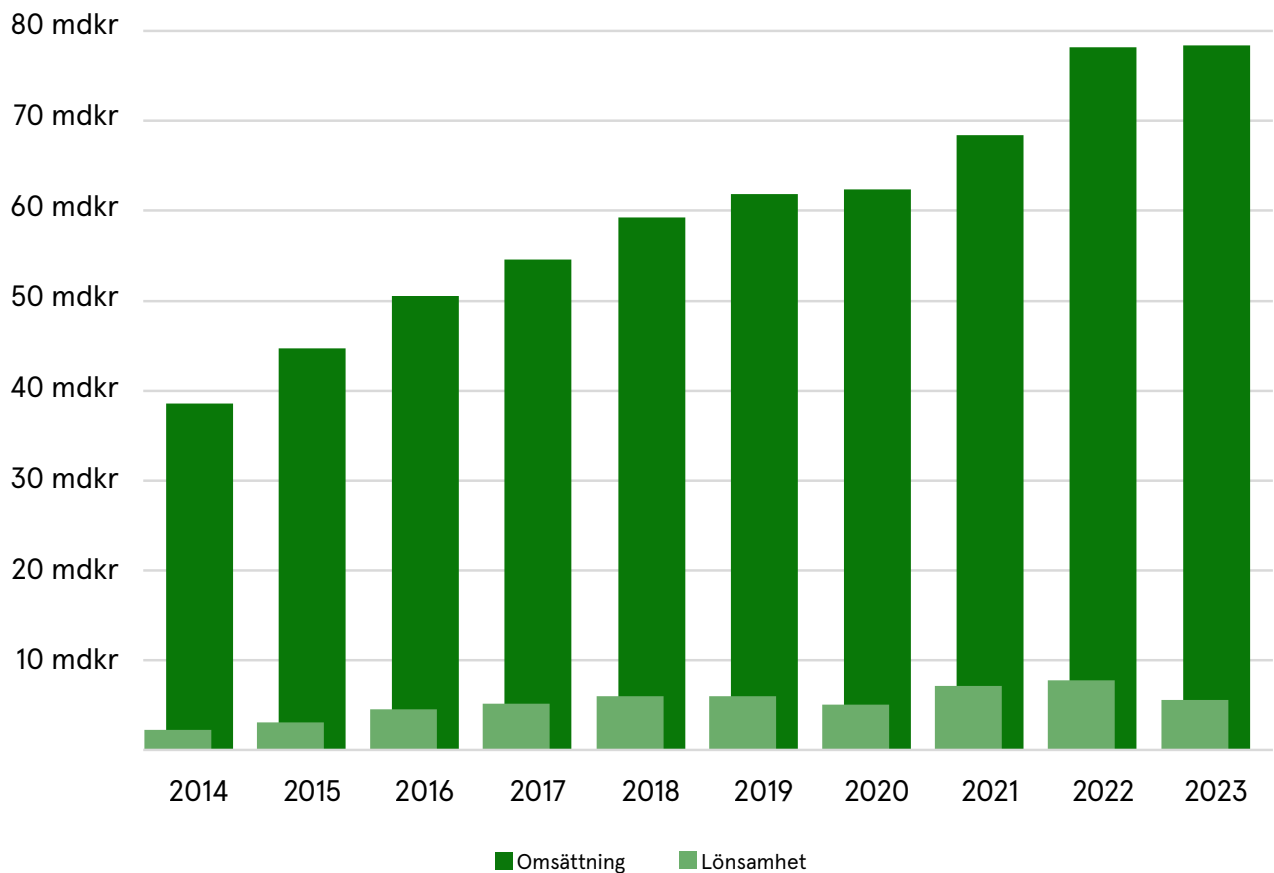
Hos aktiebolag kan man se omsättningen som har registrerats för det senaste kalenderåret. Omsättningsklasserna i denna kartläggning bygger på information för år 2023.

Flest företag med en omsättning över en miljon kronor är verksamma inom industridesign, tätt följt av grafisk design.

Inriktningen möbeldesign har störst andel företag, 31 procent, med en omsättning på en miljon kronor eller mer. Därefter kommer digital design där 23 procent har en omsättning över en miljon.

Möbeldesign är även den inriktning som har flest företag med en omsättning på mer än 10 miljoner kronor.





Omsättning och lönsamhet

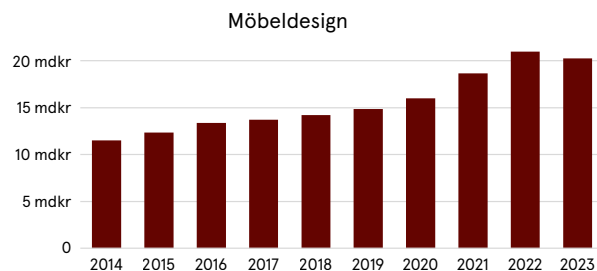
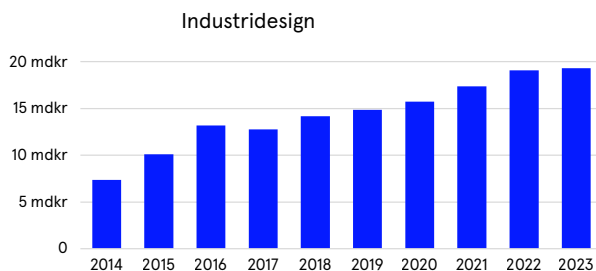
De senaste åren har varit turbulenta i vår omvärld. Vi har tagit oss igenom en global pandemi, krig har brutit ut i vår närhet, samhället har drabbats av sociala utmaningar, och miljöförändringar har lett till naturkatastrofer. Det politiska läget är osäkert, och vi vet inte mycket om vad som ska komma.

Detta speglar sig också i den samlade omsättningen för designbranschen. Efter att ha ökat ganska stabilt det senaste decenniet, även under pandemin var det en liten ökning, så ser det ut som att den samlade omsättningen har hållit sig ungefär lika från 78,2 miljarder 2022 till 78,5 miljarder 2023.

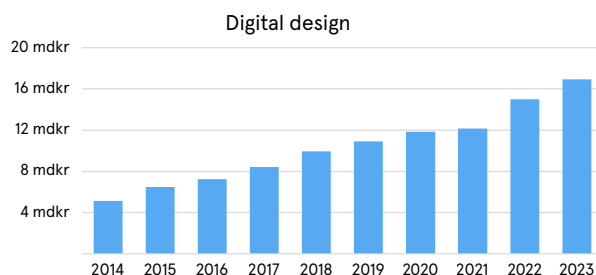
Digital design är den enda designinriktningen som har fortsatt öka med en samlad omsättning på 16,9 miljarder. Siffrorna kan dock komma att justeras något då det ser ut som att en del data saknas vid sammanställningen av denna rapport.

Lönsamheten ser ut att ha sjunkit generellt hos designföretag inom alla designinriktningar under 2023. Återigen med reservation till justeringar av siffrorna på grund av saknade data. Det samlade resultatet har annars varit generellt sett bra för designföretag under de senaste åren 2021-2022.

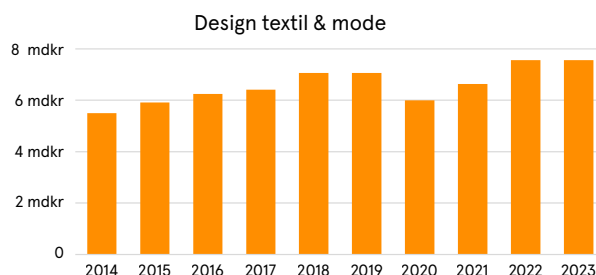
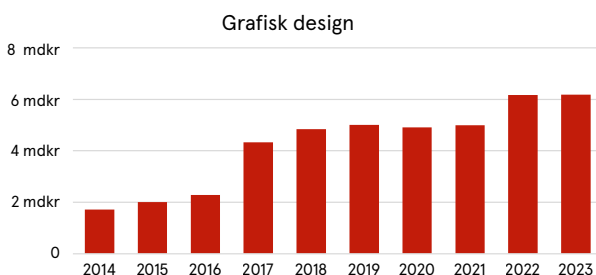
→ Omsättning < 21 mdkr



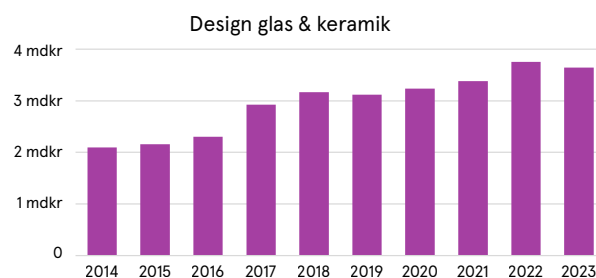
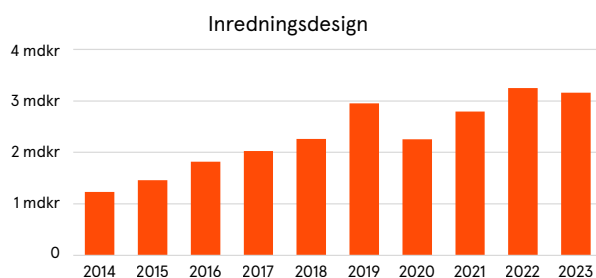
→ Omsättning < 18 mdkr



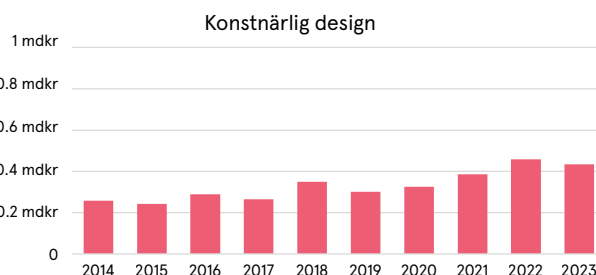
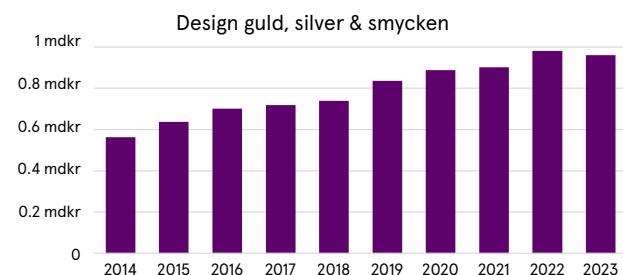
→ Omsättning < 8 mdkr



→ Omsättning < 4 mdkr



→ Omsättning < 1 mdkr



Branschperspektiv

Annika Fredriksson

VD – Swedish Lapland Visitors Board

Hej Annika, kan du berätta om Swedish Lapland Visitors Board och om din väg in i besöksnäringen?

Swedish Lapland Visitors Board är en fristående enhet, men en förlängd arm till Region Norrbotten. Vårt uppdrag är att utveckla besöksnäringen och främja näringens hållbara utveckling, samt att marknadsföra resmålet Swedish Lapland. Vi är 100 000 km², vi är 25 procent av Sverige, och vi har 250 000 invånare. Här driver vi utvecklingsprojekt och faciliterar det som vi kallar för Norrbottens besöksnäringens ekosystem som dels består av vårt inre nätverk av aktörer, dels det yttre med alla de möjliggörare och förutsättningskappare som besöksnäringen är beroende av.

Min bakgrund är inom kommunikationsbranschen, men där jag har jobbat mycket med uppdrag inom både nationell varumärkesutveckling av resmål, och även regionala platsvarumärken, lokala platsvarumärken eller resmålsvarumärken. Jag har också jobbat med några av de största aktörerna inom besöksnäringens verksamhet som exempelvis Icehotel, och flera av de stora. Min spetskompetens ligger inom branding och kommunikation, och att driva innovationsprocesser.

Foto: Mats Engfors

”Upplevelsedesign eller designprocesser kan dessutom användas för att anpassa och forma upplevelser, dels utifrån platsens unika traditioner, kunskaper och kompetenser, dels från de immateriella värdena som finns på platsen”

Vilka är de är största utmaningarna för besöksnäringen, och för er, just nu?

Det som näringen pekar på just nu, och som har varit en utmaning över en längre tid, är reseinfrastruktur. Att reseinfrastrukturen fungerar är själva ryggraden för oss som ett perifert resmål med väldigt hög grad av internationella besökare. Ungefär 40 procent av våra gäsnätter är internationella. Vi är beroende av sammanlänkade resekedjor till olika internationella marknader.

En annan utmaning är kompetensförsörjningen. Det har blivit svårare för företagen att få tag på medarbetare, och behålla medarbetare. Det sker stora investeringar inom stålindustrin och gruvindustrin i samband med omställningen till en mer fossilfri verksamhet, och många inom vår bransch lämnar för att gå in i industrin i stället som lockar med mycket högre löner och kanske bättre arbetstider och sådana saker.

Besöksmålet Swedish Lapland har varit väldigt framgångsrikt inom kommunikation och grafisk formgivning. Ser ni som organisation att ni kan tillämpa och främja användandet av design inom fler områden?

Absolut. Vi är väl införstådda i att arbeta med design som verktyg, men vi är nyfikna på att göra det ännu mer.

En viktig del ligger i det här med att designa upplevelsen. Eftersom vi är ett så internationellt resmål så finns det också en stark koppling till kulturell kunskap kring olika besökares kulturer, behov och kanske krav på resmålet. Vi måste se till att vi jobbar med produktutvecklingen, och upplevelseinnovationen. Samtidigt handlar det om de sociala innovationsprocesserna som hela tiden måste pågå i kopplingen mellan värdskapet och formandet av alla de mikromöten som den långa värdekedjan består av.

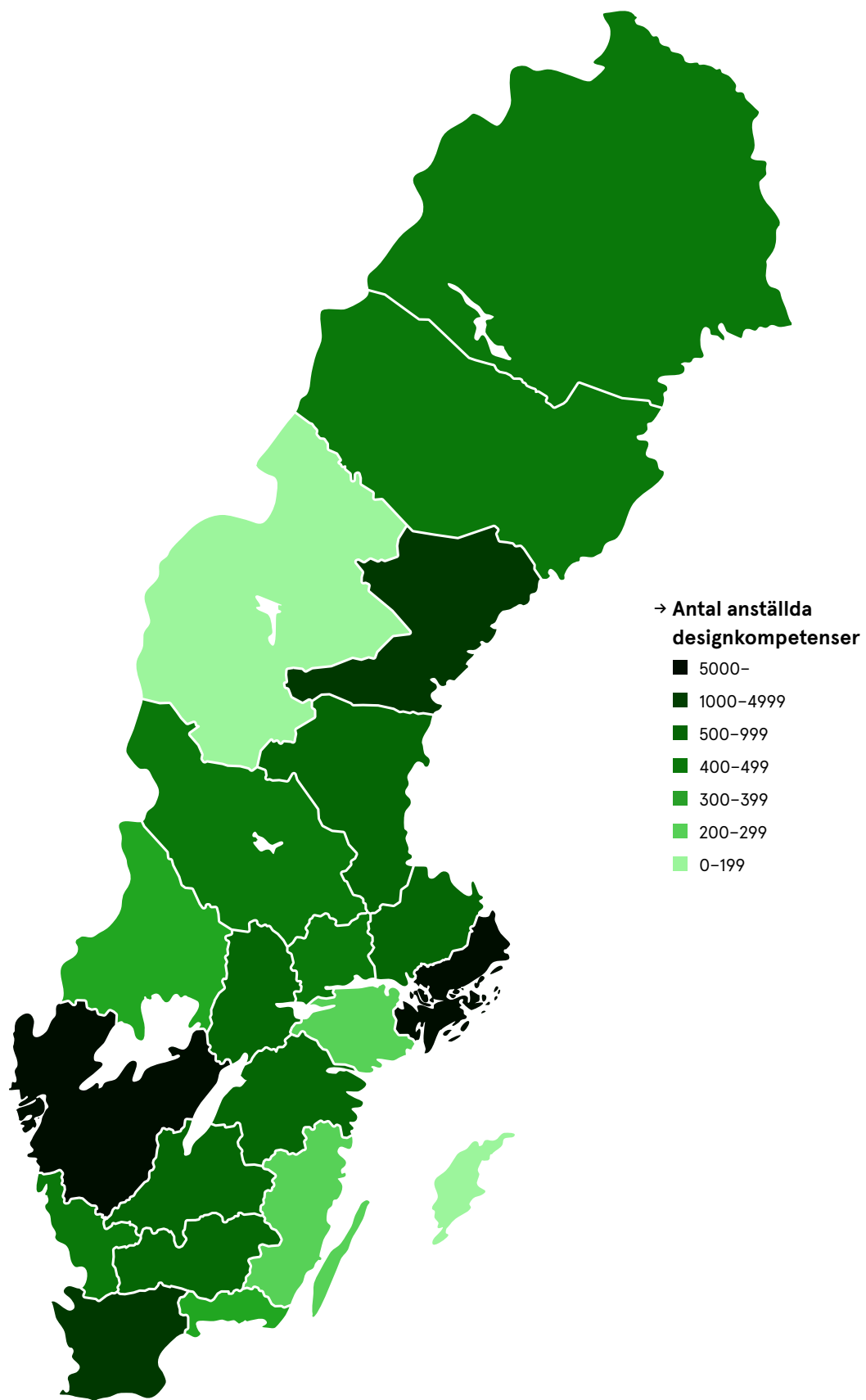
Upplevelsedesign eller designprocesser kan dessutom användas för att anpassa och forma upplevelser, dels utifrån platsens unika traditioner, kunskaper och kompetenser, dels från de immateriella värdena som finns på platsen. Där tänker jag att vi bara är i början av de synergier som dessa designprocesser kan skapa.

När det gäller den fysiska gestaltningen så har vi jobbat i många år med LTU Business, universitetets affärsutvecklingsbolag, och bidragit inom gestaltning och utvecklandet av olika typer av miljöer. Vissa av de aktörer som har deltagit har varit helt avgörande för oss, för att forma våra prestigeföretag, eller de starkast internationellt lysande stjärnorna som finns i vår region.

"Vi är väl införstådda i att arbeta med design som verktyg, men vi är nyfikna på att göra det ännu mer."

Och så har vi ju gjort väldigt intressanta samarbeten inom projektet som kallades för *Formstark Norrbotten*. Det var på ett sätt trampolinen in i det som nu är Arctic Design Center. Där har vi då sammanfört besöksnäringens anläggningar med lokala designers, konsthantverkare och konstnärer, för att skapa win-win, och för att profilera platserna med hjälp av det här breddade perspektivet och kompetensen.

Det har blivit fantastiska resultat som också fortsätter att leva vidare. Det är nu många som använder lokala keramiker till att ta fram unikt porslin som är lokalproducerat och så vidare. Så det finns väldigt många sådana konkreta exempel. Också att man designar upplevelser eller aktiviteter. Till exempel en sådan anläggning som Arctic Bath, då kan man gå till en lokal konsthantverkare för att lära sig att sticka lovikkavantar eller något liknande så det är väldigt många olika perspektiv. Det blir tjänsteinnovationer, men också produktinnovationer, för samverkande parter och det är väldigt intressant. Vi kommer nu också under 2025 göra ett antal sådana insatser, där det då handlar om att bygga nätverk mellan den här typen av kulturen-treprenörer och besöksnäringentreprenörer. Dom skapar värden för varandra.



Antal anställda

Antalet anställda i svenska designaktiebolag, baserat på vårt urval, har vuxit varje år under det senaste decenniet. Den genomsnittliga tillväxten mellan åren 2014 och 2023 har varit 5,4 procent.

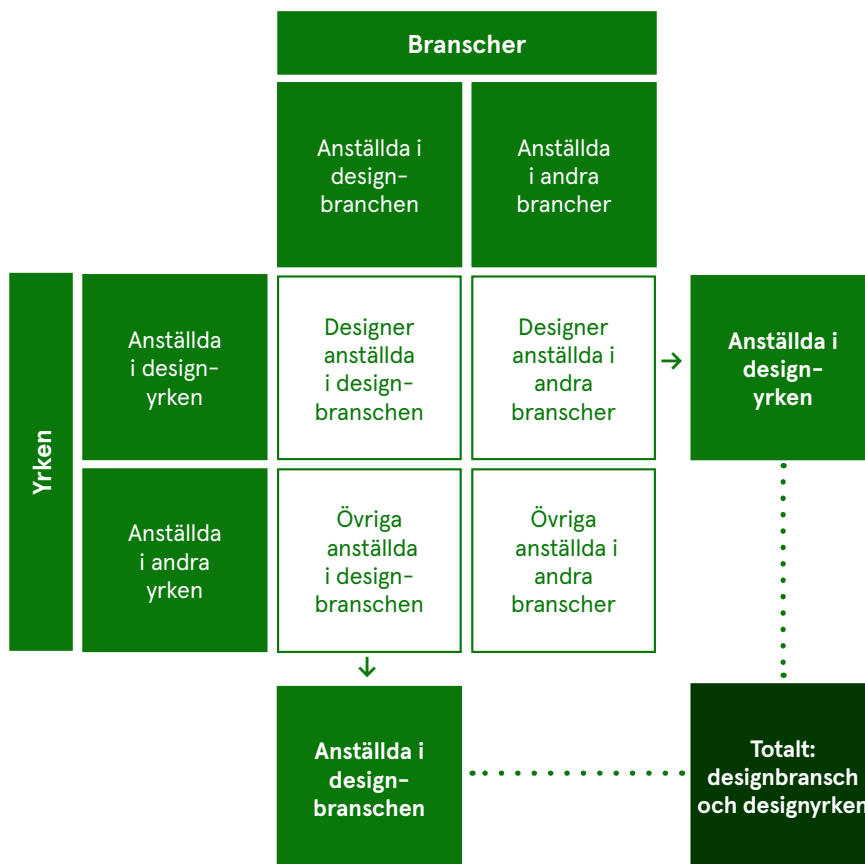
De 8 479 designaktiebolagen som ingår i vår undersökning hade tillsammans 33 173 anställda år 2023. De största företagen med fler än 250 anställda står för 41,8 procent, eller nästan 13 900, av alla anställda i designaktiebolag. Mikroföretagen bland designaktiebolagen hade totalt knappt 6 950, eller 21 procent, av alla anställda i designaktiebolagen.

Det finns ingen statistik framtagen avseende yrkestillhörighet hos de drygt 33 000 anställda. Alla anställda i designbranschen är ju inte designer.

Creative Trident-modellen, utvecklad av Queensland University of Technology Center of Excellence for Creative Industries, beskriver kombinationen av kreativa yrken och anställningar inom kreativa branscher.

Enligt Creative Trident kan man dela upp designbranschens anställda i:

1. Designer anställda i designbranschen
2. Övriga anställda i designbranschen
3. Designer anställda inom andra branscher





Recouture: A Journey Of Care – modevisning med Pampas (Linnea Samia Khalil) på Form/Design Center.

Yrkesverksamma designer

Att skapa sig en bild över den svenska designyrkeskåren är en utmaning på flera sätt. Dels genom att det i många fall är svårt att definiera vem som är en designer, dels genom att yrkesområdet är svårångat statistiskt.

I denna rapport har vi bland annat hämtat uppgifter om anställda via yrkesregistret SSYK 2012 hos Statistikmyndigheten SCB. SSYK står för Standard för svensk yrkesklassificering och anger huvudsaklig syssla för en person. Varje yrkesroll kopplas alltså till en egen SSYK-kod.

Designeryrket består av många olika yrkesroller, beroende på inriktning och kompetensområde. Alla designyrken har dock inte en egen SSYK-kod, och många yrkesroller har därför kommit att kopplas till andra koder vilka involverar många fler än vad som skulle kunna kallas för designer.

Dessutom har inte alla yrkesverksamma en SSYK-kod registrerad. Till skillnad från SNI-kod som används i näringslivsregistret, så är SSYK-kod inte något som behöver rapporteras när man startar ett företag. Uppgifter om yrke samlas in stället in för statistikändamål via Statistikmyndighetens yrkesregister och löneundersökning. Enskilda firmor ingår dock inte i löneundersökningens urvalskriterier, och uppdateringen av yrkesregistret sker vart 4–5 år.

Detta innebär att en stor del av de yrkesverksamma inte syns i statistiken. Hur många det rör sig om är svårt att säga, men enligt vissa källor har endast 50–75 procent av Sveriges egenföretagare en egen SSYK-kod.¹¹ Då designbranschen består av en stor andel enskilda firmor så blir felmarginalen betydande.

¹¹ Tillväxtverket (2018) – *Kreametern – En guide till svensk statistik för kulturella och kreativa näringar*.

Antal yrkesverksamma designer

Baserat på vårt urval av SSYK-koder så fanns det 38 787 anställda designer i Sverige år 2022 enligt yrkesregistret hos Statistikmyndigheten SCB. Av dessa var drygt 92 procent anställda inom näringslivet.

Bland alla yrkesindelningar i vårt urval, så utgörs den största andelen av SSYK 2519 Övriga IT-specialister. Denna yrkesindelning utgör hela 46,5 procent. Det är också inom denna yrkesindelning som vi hittar interaktionsdesigner, servicedesigner, tjänstedesigner och

UX-designer. Dock måste vi beakta en stor felmarginal här, då denna yrkesindelning dessutom består av en stor andel som inte räknas till yrkesområdet designer såsom systemingenjörer och andra IT-specialister.

Därefter kommer SSYK 2172 Grafisk formgivare på drygt 19 procent, följt av SSYK 2173 Designer inom spel och digitala medier och SSYK 2171 Industridesigner som båda utgör ungefär 10 procent vardera.

→ Anställda, 16-64 år efter yrke

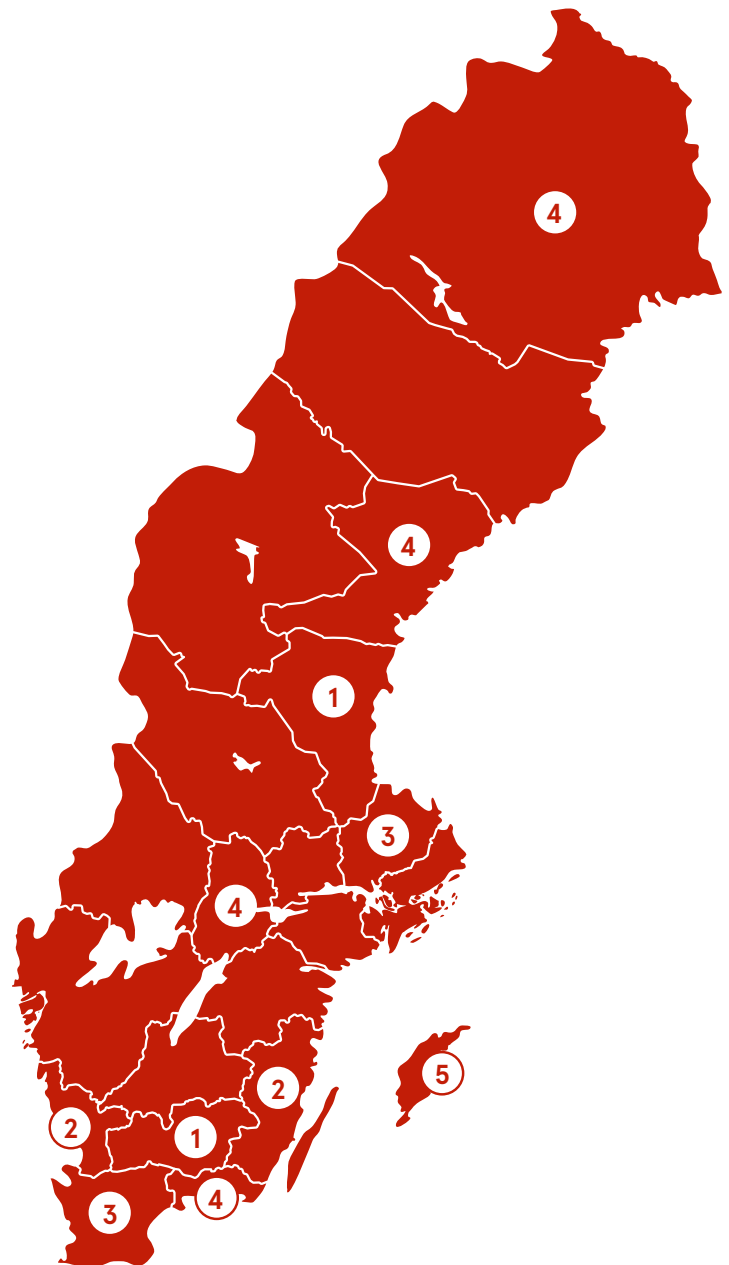
SSYK-kod	2020	2021	2022
2171 Industridesigner	2 365	3 375	3 748
2172 Grafisk formgivare m.fl.	7 240	7 371	7 446
2173 Designer inom spel och digitala medier	3 414	3 754	4 138
2179 Övriga designer och formgivare	2 552	2 762	2 832
2519 Övriga IT-specialister	15 566	16 583	18 030
3432 Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl.	2 471	2 547	2 593
Sammanlagt	33 608	36 392	38 787

Geografisk spridning yrkesverksamma designer

Stockholms län har absolut flest anställda designer, här jobbar 50 procent, eller 19 307 av alla anställda utifrån vårt urval. Därefter kommer Västergötlands län med 6 270 anställda och Skåne län med 4 362, tillsammans 27 procent av alla anställda. Resten av alla anställda fördelas relativt jämt över landet.

Utifrån arbetsplatsernas geografiska placering så kan man utläsa en överrepresentation av vissa yrkesindelningar i olika län.

1. I **Kronobergs län** och **Gävleborgs län** är antalet anställda inom *SSYK 2171 Industridesigner* relativt sett högre än i andra län.
2. Andelen *SSYK 2172 Grafisk formgivare* är förhållandevis hög i **Kalmar län**, **Hallands län** och **Värmlands län**.
3. **Uppsala län** och **Skåne län** har de största andelarna av *SSYK 2173 Designer inom spel och digitala medier* bland alla län.
4. I **Västernorrlands län** sticker *SSYK 2519 Övriga IT-specialister* ut. Hela 86,8 procent av alla anställda i regionen återfinns inom denna yrkesindelning. Även **Blekinge län**, **Örebro län** och **Norrbottnens län** har förhållandevis höga andelar av denna yrkesindelning.
5. **Gotlands län** har den högsta andelen anställda designer inom *SSYK 3432 Inredare, dekoratörer och scenografer*.



Participants:

Trang Thuy Nguyen
Anna-Maria Nilsson & Clara Storsten
Moritz Schewe
Nilushi Fernando
Karin Ridderstolpe
Lukas Albrektsson & Elliot H Skafta
Ludvig Karlsson
Peder Nilsson
Alexandra Fransson
Erik Lif

LU
UNIVER



The Simple Bike Project – ett projekt av industridesignern Moritz Schewe, inspirerad av svårigheten att reparera moderna cyklar.



Foto: Jesper Molin

Branschperspektiv

Martin Johansson VD – Stolab Möbel AB

Hallå där Martin, vem är du och vad gör du?

Hej! Jag har jobbat 16 år på Stolab som VD och är idag passionerad kring trä, möbler och formgivning. Jag har varken teknisk bakgrund eller formgivningsbakgrund, snarare siffror och excelark. Men, man kan ju utvecklas ;)

Hur viktigt är det för ditt företag med design?

För oss är det en stor del i vår verksamhet, det är en stor del av det vi vill kommunicera till våra kunder. Det är värdet, själen, anledningen till varför produkten får liv. Det är också garantin att någon eller några har tänkt till kring funktionen både här och nu, men även för framtiden.

De värden vi styr våra designers med är viktiga för att kunna få fram produkter som skall hålla livet ut (inte bara tills man får för sig att man måste byta och köpa nytt).

Vad ser du är den största nyttan med design?

Nyttan av design är ett av de element som vi konkurrerar med. Formgivning av produkter är en av de delar som får oss att spänna bågen och utmanas.

Vi använder designers som ett hjälpmedel för att ta fram saker som är lite mer komplexa, avancerade, finare och med mer själ än vad vi själva hade lyckats åstadkomma som enbart producent. Att vara producent kan ju ibland vara utmanande nog.

Vilka är de största utmaningarna för din bransch just nu?

Förutom konjunkturen... och om man pratar om just design så är det ju att hitta möbler som just nu fyller alla framtida kriterier. Vilket ju praktiskt taget är omöjligt. Både från ett kundperspektiv, men även utifrån regelverk och framtida regleringar. Framtida regelverk, som ännu inte är tydliga utan bara finns på horisonten är en osäkerhet som man önskar undvika. Digitala Produktpass och EcoDesign är två saker som är stora frågetecken i dagsläget.

"Nyttan av design är ett av de element som vi konkurrerar med."



Könsfördelning och jämställdhet

Den samlade fördelningen mellan kvinnor och män var 40/60 år 2022 i alla designföretag baserat på vårt urval.

Inom yrkesgruppen SSYK 2172 Grafiska formgivare arbetar ungefär lika många kvinnor som män. Yrkesgrupperna SSYK 2171 Industridesigner, SSYK 2173 Designer inom spel och digitala medier, samt 2519 Övriga IT-specialister hade år 2022 alla en överrepresentation av män på runt 70 procent. Bland

SSYK 2179 Övriga designere och formgivare bestod 64 procent av kvinnor.

Andelarna mellan kvinnor och män har varit i stort sett oförändrad inom alla yrkesgrupper under de senaste åren. Här finns det jobb att göra med att rekrytera kvinnor till designyrken som är mansdominerade, såsom industridesigner, speldesigner och digitala designere.

→ **Anställda (yrkesregistret) 16–64 år efter yrke (SSYK 2012), arbetsställets sektortillhörighet, kön och år:**

SSYK 2171: Industridesigner

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	1 657	2 480	2 717
Kvinnor	708	895	1 031
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	1 656	2 476	2 715
Kvinnor	703	891	1 028

SSYK 2519: Övriga IT-specialister

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	10 837	11 369	12 305
Kvinnor	4 729	5 214	5 725
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	9 188	9 663	10 529
Kvinnor	3 962	4 406	4 957

SSYK 2172: Grafisk formgivare m.fl.

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	3 747	3 770	3 778
Kvinnor	3 493	3 601	3 668
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	3 648	3 658	3 666
Kvinnor	3 377	3 470	3 528

SSYK 3432: Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl.

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	498	525	513
Kvinnor	1 973	2 022	2 080
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	468	492	483
Kvinnor	1 878	1 927	2 003

SSYK 2173: Designer inom spel och digitala medier

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	2 490	2 750	2 973
Kvinnor	924	1 004	1 165
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	2 446	2 705	2 927
Kvinnor	899	976	1 138

Totalt för samtliga sektorer och för näringslivet

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	20 132	21 879	23 313
Kvinnor	13 476	14 513	15 474
Totalt	33 608	36 392	38 787
Näringslivet			
Män	18 284	19 952	21 319
Kvinnor	12 415	13 397	14 404
Totalt	30 699	33 349	35 723

SSYK 2179: Övriga designere och formgivare

Samtliga sektorer	2020	2021	2022
Män	903	985	1 027
Kvinnor	1 649	1 777	1 805
Näringslivet	2020	2021	2022
Män	878	958	999
Kvinnor	1 596	1 727	1 750

När man ser till löneskillnader mellan kvinnor och män så ser det lite olika ut mellan olika designriktningar. Tidigare undersökningar av löneutvecklingen för designer påvisar att det förekommer en lönediskriminering.¹² Genomgående har manliga designer i de ingående studierna högre lön jämfört med kvinnliga designer.

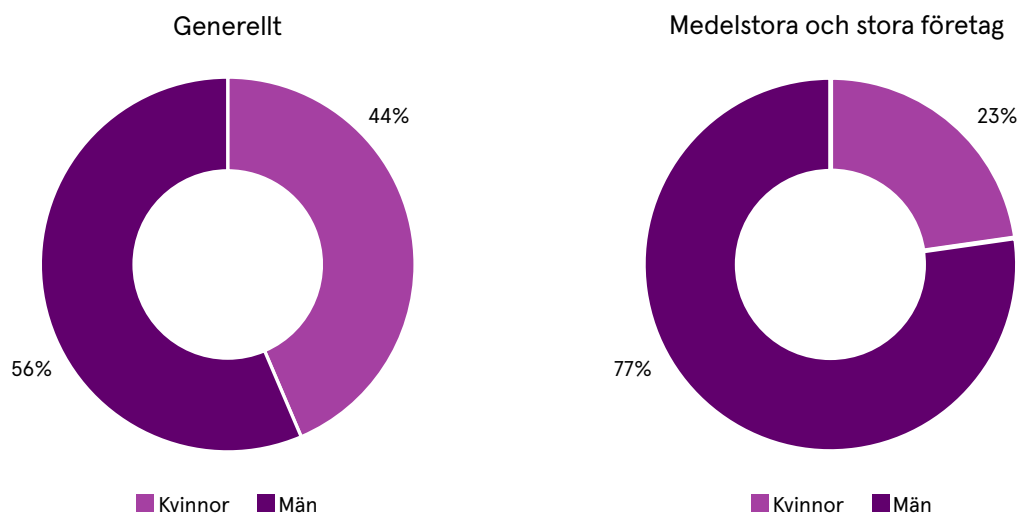
Inom yrkesgruppen SSYK 2179 Övriga designer och formgivare var medellönen 40 400 kr för kvinnor 2019, och 49 200 för män. Det är en löneskillnad på 8 800 kr. Fram till år 2022 har klyftan krympt till 6 200 kr, men den finns fortfarande där.

Enligt statistiken hade en manlig industridesigner 49 600 kr i månadslön 2019. En kvinnlig industridesig-

ner hade samma år 43 500 kr. En skillnad på 6 100 kr. 2022 hade skillnaden minskat till 2 300 kr. Inom övriga ingående yrkesgrupper i vår undersökning är löneklyftan mellan kvinnor och män mindre.

Andelen kvinnor och män i designaktiebolagens styrelser var 2023 relativt jämn, åtminstone då man ser till helheten. Om man däremot jämför fördelningen hos medelstora och stora designföretag, med fler än 50 anställda, så ser det annorlunda ut. Här är män kraftigt överrepresenterade i bolagens styrelser. Andelen kvinnor är endast 23 procent, medan andelen män uppgår till 77 procent år 2023.

→ Designaktiebolag



¹² Svengren Holm, L. (2020) – En undersökning av löneutveckling för (industri)designer.

Löner

Lönestatistiken visade år 2020 att industridesigner var en av de yrkeskategorier som har haft den bästa löneutvecklingen, från en medellön på 35 900 kr per månad 2014 till 47 800 kr 2019. En ökning med ca 33 procent på fem år.¹³ Det motsvarar i genomsnitt en ökning på 6,6 procent per år.

Medellönen för yrkesgruppen industridesigner hade därmed gått från att ligga något under, eller i paritet med, genomsnittet för yrkesgrupper med samma utbildningsnivå till en bra bit över snittet. Löneutvecklingen för yrkesgrupper med en eftergymnasial utbildning på 3 år eller mer, gick från en medellön på 37 700 kr per månad år 2014 till 42 500 kr år 2019.¹⁴

Även yrkesgruppen designer inom spel och digitala medier hade en bra löneutveckling från 30 800 kr per månad 2014 till 37 000 kr 2019. Det motsvarar en ökning på 20,1 procent under samma tidsperiod, eller en genomsnittlig ökning på 4 procent per år.

När man ser på de följande åren, från 2019 till 2022, så har lönenivån för designer inom spel och digitala medier fortsatt öka med hela 8,8 procent per år i snitt, till en medellön på 46 800 kr per månad.¹⁵ Ökningen av medellönen för industridesigner har under samma period varit i genomsnitt 1,8 procent per år, till att vara 50 400 kr år 2022.”

Den normala ökningen för yrkesgrupper med samma utbildningsnivå brukar ligga någonstans mellan 2–3 procent. Den genomsnittliga svenska medellönen för yrkesgrupper med en eftergymnasial utbildning på 3 år eller mer var 46 000 kr i månaden år 2022.

Bland de sex designyrken som analyserades, så kan vi se att det var medellönen hos industridesigner som ökade mest under åren 2014–2019. Från 2019 till 2022 däremot så har designer inom spel och digitala medier varit den yrkesgruppen bland designyrken vars medellön har ökat mest.

Man kan även se att ingångslönen för designer inom spel och digitala medier var lägre än för industridesigner år 2014, men att läget har förändrats så att ingångslönen för speldesigner år 2022 är högre än för industridesigner.

Rapporten *En undersökning av löneutveckling för (industri)designer* från 2020 konstaterar att efterfrågan på en ”traditionell” industridesigners kompetens fortsätter öka, men att efterfrågan är högre om den kompletteras med digital kunskap.¹⁶

Undersökningarna som rapporten grundar sig på visar vidare att användarperspektivet, och användningen av designmetoder och verktyg, såsom visualisering och prototyping, är centrala kompetensområden i allt fler företag och organisationer. Det vill säga designprocessen är central. Rapporten fastlägger att efterfrågan på ”traditionell” industridesignkompetens fortfarande är hög, men högre om den kompletteras med digital kunskap.¹⁶

Vidare förmedlar rapporten att de designkonsultföretag som har snävare erbjudande med fokus på traditionell industridesign, eller produktdesign, har lägre medellön jämfört med de konsultföretag som har breddat sitt utbud, både med digitala produkter och tjänster. Lönerna är också generellt sett högre i Stockholm jämfört med andra städer. Det finns således en skillnad, dels utifrån vilken strategisk inriktning företaget har, dels utifrån var man befinner sig geografiskt.

Generellt sett bekräftar den nämnda rapporten en utveckling av att designkompetens har allt högre status i näringslivet, men tillägger därtill att designkompetens även efterfrågas alltmer inom offentlig verksamhet.

¹³ SvD (2024) – Yrket med största och minsta löneökningen.

¹⁴ SCB (2024) – Genomsnittlig månadslön, Yrke (SSYK 2012).

¹⁵ SCB (2024) – Genomsnittlig månadslön och lönspridning efter sektor.

¹⁶ Svengren Holm, L. (2020) – En undersökning av löneutveckling för (industri)designer.



Formgivare från keramikverkstaden Artibus.

→ Genomsnittlig månadslön yrke (SSYK 2012), kön, och år

SSYK 2171: Industridesigner	2014	2019	2022
Män	36 000	49 600	51 000
Kvinnor	35 900	43 500	48 700
Totalt	35 900	47 800	50 400

SSYK 2179: Övriga designere och formgivare	2014	2019	2022
Män	37 400	49 200	51 300
Kvinnor	34 500	40 400	45 100
Totalt	35 300	42 800	47 400

SSYK 2172: Grafisk formgivare m.fl.	2014	2019	2022
Män	35 200	37 400	42 500
Kvinnor	31 700	35 200	38 200
Totalt	33 400	36 500	40 500

SSYK 2519: Övriga IT-specialister	2014	2019	2022
Män	43 700	48 800	54 200
Kvinnor	42 700	47 500	51 400
Totalt	43 500	48 400	53 300

SSYK 2173: Designer inom spel och digitala medier	2014	2019	2022
Män	31 000	36 900	..
Kvinnor	..	37 300	42 400
Totalt	30 800	37 000	46 800

SSYK 3432: Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl.	2014	2019	2022
Män	31 700	36 400	40 600
Kvinnor	29 200	35 200	37 900
Totalt	29 800	35 400	38 300

Anm. Dubbelprick (..) avser att uppgift inte är tillgänglig, för osäker för att anges eller borttagen av sekretesskäl



Föreläsning av Ornamos VD Salla Heinänen på Form/Design Center.

Statistik från andra håll

Finland

Som en del i arbetet kring att utforska möjligheter för etablering av en svensk yrkesorganisation har andra befintliga yrkesorganisationer inom design undersökts. En förebild är finska Ornamo, den inom Norden största och mest väletablerade yrkesorganisationen för design. Ordet "Ornamo" kommer från språket esperanto och betyder "dekoration". Ornamo är en nationell branschorganisation som utvecklar designyrket och påverkar formgivningens status i samhället.

Ornamo grundades 1911 och har idag över 3 000 medlemmar som arbetar inom alla designområden - industrial design, service design, interior architecture,

furniture design, UX/UI design, textile and fashion design, product design, package design, graphic design, art and contemporary crafts (ceramist, glass, textile and jewellery).¹⁷ Ornamo växer med ett medlemsantal som har ökat med 5% per år under åren 2010-2023. Organisationen spelar en viktig roll för den finska designsektorn genom att utgöra en röst för designföretagen i Finland. Därtill erbjuder Ornamo en gemenskap, man utgör ett stöd, erbjuder karriärsrådgivning, förmedlar kunskap, och inte minst kartlägger, mäter och rapporterar om hur det går för den finska designsektorn.

¹⁷ Heinänen, S. (2024) – Presentation: Voice, community and support network for design professionals.

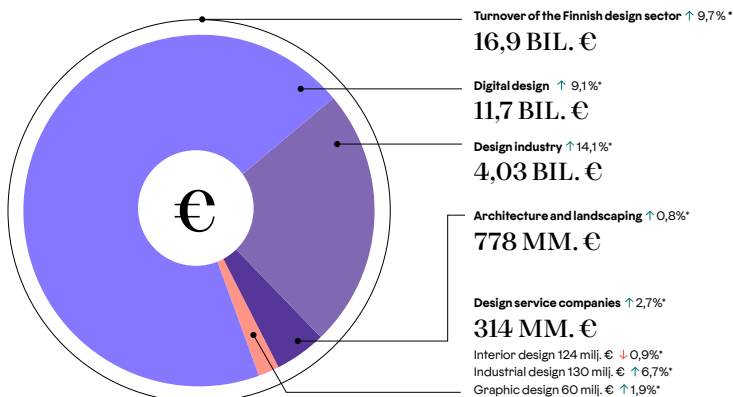
Ornamos konjunkturrapport över den finska designindustrin från 2022 kommunicerar en omsättning från designbranschen i Finland på 13,5 miljarder euro för år 2020, och en sysselsättning som innefattar 68 400 personer för samma år.¹⁸ Det fanns uppskattningsvis 13 940 företag verksamma inom designbranschen. Utvecklingen för företag med designintensiv produkttillverkning har minskat något mellan åren 2010–2020 förutom inom metallprodukter, medan den största utvecklingen har skett inom digital design. Procentuellt sett har den största tillväxten skett inom utgivningen av datorspel och mjukvara. Kvantitativt har sysselsättningen och omsättningen ökat mest inom design och tillverkning av mjukvara. Utvecklingen inom mjukvarubranschen kopplas till digitaliseringen av samhället, som accelererades under pandemin.

Den senaste rapporteringen visar att den finska designsektorn under 2022 hade en omsättning på 16,9 miljarder euro, där digital design utgjorde 11,7 miljarder euro, design industry 4,03 miljarder euro, architecture and landscaping 0,778 miljarder euro och design service companies 0,314 miljarder euro. Det totala antalet anställda inom finsk designindustri under 2022 var 72 380 personer, varav 50 239 inom digital design.

DEVELOPMENT OF TURNOVER AND EMPLOYMENT IN THE FINNISH DESIGN SECTOR

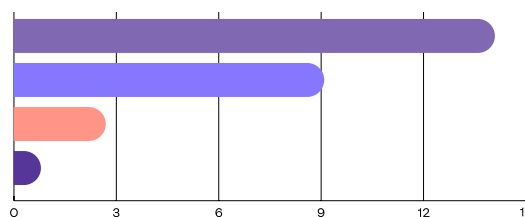
TURNOVER 2022, BIL. €

*Increase in net sales 2021–2022, %



INCREASE IN NET SALES 2021–2022, %

Legend: Design industry (blue), Digital design (purple), Design service companies (red), Architecture and landscaping (dark blue)



INCREASE IN EMPLOYMENT 2021–2022

Digital design	+ 4364 ppl. ↑ 9,5%*	Architecture and landscaping	+ 19 ppl. ↑ 0,4%*
Design industry	+ 208 ppl. ↑ 1,4%*	Design service companies	+ 12 ppl. ↑ 0,7%*

EMPLOYMENT 2022, NO.
Increase in employment 2021–22, %*

Total number of employees

72 380 ppl. ↑ 6,8%*

Digital design

50 239 hlö ↑ 9,5%*

Design industry

14 891 ppl. ↑ 1,4%*

Architecture and landscaping

5 431 ppl. ↑ 0,4%*

Design service companies

1 822 ppl. ↑ 0,7%*



Diagram från Heinänen, S. (2024) – Presentation: Voice, community and support network for design professionals.

¹⁸ Lith, P. (2022) – Muotoilu 2022 – Suhdannekatso.

Storbritannien

Design Council har varit Storbritanniens nationella strategiska rådgivare för design i över 75 år. Design Council är en oberoende, icke-vinstdrivande organisation som framhäver design och dess förmåga att göra livet bättre för alla. Deras arbete omfattar strategier för ledarskap, verktyg och resurser, belysande av förebilder och forskning för att bevisa värdet av design och för att påverka politiken.

Design Council arbetar inom alla designsektorer och utvecklar och koordinerar program med företag, myndigheter, offentliga organ och tredje sektorn. En viktig inriktning som Design Council driver är inom missionen "Design for Planet", som handlar om att påvisa och accelerera den roll som design måste spela för att hantera den pågående klimatkrisen.

Design Council's rapport *Design Economy – People, Places and Economic Value* kommunicerar att de brittiska designnäringarna under år 2019 bidrog med 97,4 miljarder pund i GVA (Gross Value Added), eller bruttoföreläggsvärde, till den brittiska ekonomin.¹⁹ Det utgör 4,9 % av det totala brittiska bruttoföreläggsvärdet, vilket är nästan lika mycket som värdet av den brittiska besöksnäringen och fastighetssektorn

tillsammans. Designbranscherna i Storbritannien växte dubbelt så mycket som landets övriga ekonomi mellan åren 2010 till 2019. Tillväxten av designnäringarna var under dessa år 73 procent.

Rapporten kommunicerar vidare att den brittiska designsektorn hade 1,97 miljoner anställda år 2019, eller 5 procent av alla anställda i Storbritannien. Av dessa säger rapporten att 1,62 miljoner bestod av designkompetens. Man ser vidare att design som kompetensområde har kommit att bli allt viktigare över hela ekonomin. 77 procent av alla yrkesverksamma designers arbetar inom andra ekonomiska sektorer än design, såsom finans, handel och bygg.

Likt vad vi kan se i Sverige så utgör den brittiska designindustrin en viktig del av ekonomin för alla delar av landet. Designföretagen är spridda över landet och man kan se olika kluster utifrån kompetensområden inom design växa fram i olika regioner. Man ser även möjlighet att vidare investeringar i dessa designkluster kan ge utvidgade ekonomiska och sociala fördelar för de platser som de är en del av. Det gäller inte minst för sektorn digital design.

Figure 1: Total design economy aGVA, 2010 – 2019 (£bn), and as a percentage of total UK aGVA.

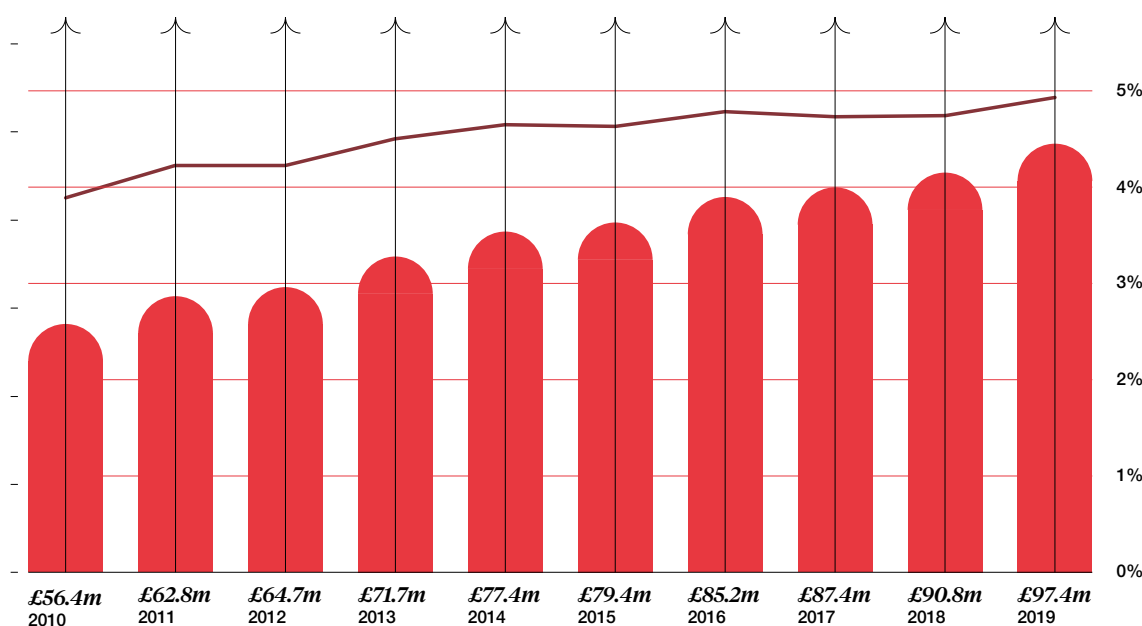


Diagram från Hay, B., Todd, J., & Dewfield, S. (2024) – Design Economy.

¹⁹ Hay, B., Todd, J., & Dewfield, S. (2024) – Design Economy.

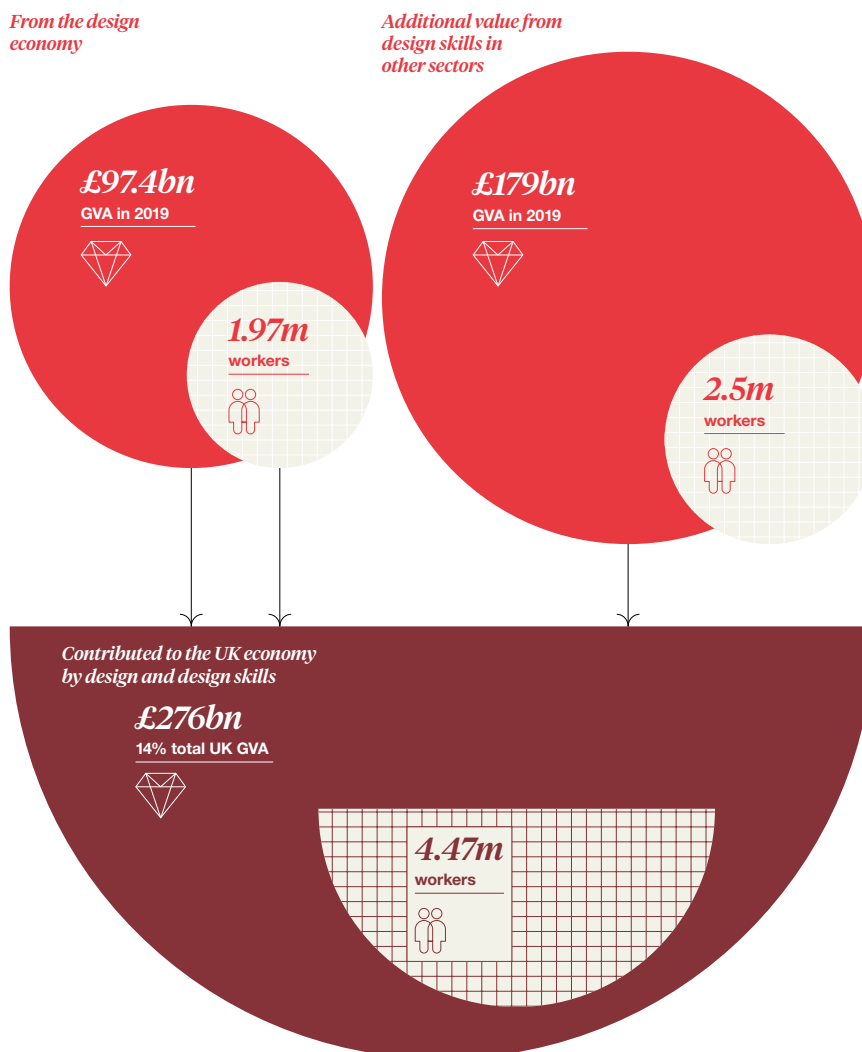


Diagram från Hay, B., Todd, J., & Dewfield, S. (2024) – Design Economy.

Liksom i Finland är i Storbritannien digital design den största, och snabbast växande, sektorn av alla designsektorer. Digital design refererar här till user-experience design (UX), webb- och appdesign, dataspelsdesign, samt andra former av digital produktion och publicering. Av det totala bruttoförelingsvärdet på 97,4 miljarder pund som designnäringsarna stod för år 2019 så kom hela 53,9 miljarder pund från digital design. Sektorn digital design växte med 138 procent mellan 2010–2019, vilket är tre gånger mer än hela den samlade brittiska digitala sektorn.

Av det totala antalet anställda inom digital design som var 866 000 år 2019 i Storbritannien, arbetade 460 000 av de anställda inom andra sektorer än design. Behovet av kompetens inom digital design är stort bland alla näringar.

Ett väldigt intressant perspektiv som Design Council lyfter i sin rapport är det mervärde som design tillför. Designkompetens och dess kunskapsområden används inom många fler sektorer. Dessa kunskapsområden kan vara inom kreativ problemlösning, visualisering och tillämpning av designmetoder. Design Council bedömer att designkompetens bidrog med ytterligare 179 miljarder pund i bruttoförelingsvärde till den brittiska ekonomin under år 2019, och utgjorde en central betydelse för ytterligare 2,5 miljoner jobb utöver designsektorn. Då man lägger samman bidraget från designkompetens till egenvärdet av designsektorn, så är värdet från design år 2019 i Storbritannien 276 miljarder pund vilket utgör 14 procent av det totala brittiska bruttoförelingsvärdet. Designkompetens stödjer utifrån detta perspektiv hela 4,47 miljoner jobb, eller var sjunde jobb i Storbritannien, under år 2019.



Foto: Maria Östlin

Branschperspektiv

Jens Wedin

Design Director, VD och grundare – Studio Manfred

Hallå där Jens, du arbetar med digital design och tjänstedesign. Kan du berätta lite om dig själv och din väg in i detta yrkesfält?

Ja, jag började egentligen som fotograf men bytte bana. Under åren har jag jobbat mycket med digital design i traditionella bolag, som bank, finans, försäkring och pension. Och då har jag varvat mellan att vara konsult eller jobba på byrå.

De senaste tio åren så har jag rört mig mer mot ledarskap. Numera jobbar jag inte med hantverket längre, utan hjälper organisationer, team och individer att få till det här med design och research. Sedan 2015 har jag jobbat med att utbilda på skolor som Berghs School of Communication och IHM Business School.

Du var med och grundade nätverket Design Leadership Community. Ni gör bl.a. undersökningen State of Design – en temperaturmätning på hur det är att vara designer i Sverige. Den var tidigare mer riktad till digitala designer, men numera vänder ni er även till tjänstedesigner, produktdesigner, industridesigner och arkitekter. Varför?

Ja, vi har velat bredda begreppet kring design. Både för att visa på att det handlar om att röra sig mellan olika material, men vi ser även att flera går från att jobba analogt och fysiskt, till att jobba mycket mer med digitala verktyg. Många företag arbetar med digitala gränssnitt i fysiska produkter som erbjuder en tjänst. En digital designer jobbar ofta med tjänstedesign, och vissa tjänstedesigner jobbar med digital design.

Hur upplever du att era beställare och uppdragsgivare ser på design och värdet av de designtjänster ni erbjuder?

Ja, det där är intressant. Mitt bolag jobbar mycket inom organisationsutveckling. Värdet av det vi försöker skapa är inte design i sin klassiska benämning. Alltså outputen av vårt arbete är ju inte att ta fram en ny branding för ett bolag, eller en fin paketering av en produkt eller tjänst. Utan det handlar om hur vår uppdragsgivare själv bygger en egen design- och research-förmåga.

Vi använder inte ordet design så mycket när vi beskriver vårt eget bolag och våra tjänster. Det vi gör är att vi använder designmetodik och designprocesser till att lösa problem och skapa värde för våra kunder. Men vi pratar mer om verksamhets- och affärsutveckling. Det är vad många kunder kommer till oss för. De vill tjäna mer pengar, bli större och få nöjdare kunder.

Handlar det om förändring?

Precis, förändringsledning. Vi jobbar ofta med att driva, stötta, leda, putta människor för att skapa någon typ av förändring. Att skapa ett förändrat beteende i en organisation. Ett företag kanske kan jobba mer kundcentrerat. De kan involvera kunden i sin utvecklingsprocess exempelvis, vilket gör att man minskar risker och bygger rätt sak. Det kan också handla om att man vill bli mer effektiva. Jag jobbar just nu med företaget Mentimeter. Jag är designledare för teamet som arbetar med deras designsystem. Det handlar egentligen om en grafisk manual kan man

säga. Men medan en grafisk manual klassiskt brukar vara en PDF där färger och logotyper och allting finns beskrivet i, så är designsystemet mer integrerat i de digitala tjänsterna. Förutom designers arbetar i vårt team även utvecklare och specialister inom content design och tillgänglighet.

Så det är sådana saker våra kunder vill ha. Man vill bli effektivare, sänka kostnaderna, få ökad kvalitet, och få ut en upplevelse som ser likadan ut mellan alla olika produkter. Med ett designsystem kan man göra ändringarna centralt så att färg, form och typografi ändras över alla produkter och digitala tjänster samtidigt. Tidigare fick man sitta och göra de här ändringarna överallt.

Kan du beskriva mer hur en digital designer jobbar och i vilket sammanhang?

Ja. Förr var det mer uppdelat i olika skrän mellan olika kompetenser som inte jobbade tillsammans och projekt var mer uppdelade i olika faser, så kallade klassiska vattenfallsprojekt.

Idag jobbar vi mer integrerat i det man kallar för tvärfunktionella produktteam där alla olika kompetenser finns med. Man pratar mycket om en trio innehållande kund, affär och teknik, där kundperspektivet ligger mycket på designer.

Det kan vara en ganska stor apparat. Om man tar Mentimeter till exempel så är det ungefär tvåhundra personer som arbetar med utvecklingen, uppdelat på tjugo olika team. Vi har ungefär tjugofem designers som jobbar hos oss, och resten är utvecklare och andra roller.

Design bidrar till att det ser bra ut, det visuella om man säger så, det man lätt tänker på när det kommer till design. Men det handlar också mycket om att förstå kunden och kundens behov. Vad det är i för situation en kund eller användare använder systemet, och vad han eller hon försöker lösa och hur. Hur enkelt det är att använda den här produkten och tjänsten.

Vi jobbar brett över hela processen, och så involverar vi hela tiden de som kan produkt, affär, sälj, kundsupport och teknik. Det är ett samarbete som vi jobbar

med iterativt och där vi jobbar i tvåveckors-cykler. Vi planerar någonting för två veckor, och vi bygger det. Det är skillnaden mellan digitala produkter jämfört med fysiska, där det kostar mer att bygga om.

Inom digital design och digital utveckling är vi väldigt snabbfotade, och vi skickar ut förändringar till kund flera gånger per dag. Det är ett helt annat förhållningssätt.

Vi ser i vår branschrapport att digital design har vuxit som område, vilket vi även ser i andra rapporter. Vad är förklaringen till den trenden?

De stora traditionella bolagen som bank, produkt, försäkring har idag många designers, och är en stor arbetsgivare. Dessa bolag jobbar mycket med design fast man tänker inte på det. Och de går inte ut på stan och köper design från en byrå eller en konsult, utan dom har allting in-house. Det har verkligen förändrats.

På Swedbank exempelvis sitter det över hundra designers, och på Handelsbanken mer än femtio, och där jag jobbar nu är vi tjugofem.

"De stora traditionella bolagen som bank, produkt, försäkring är en stor arbetsgivare. Dessa bolag jobbar mycket med design fast man tänker inte på det."

Sen är ju många bolag väldigt distribuerade med kontor runtom i världen. Om man ser på Mentimeter så finns man i Stockholm, Toronto och Sydney. Ungefär hälften av personalen hos min kund i Sverige kommer från andra länder, så jag har medarbetare som kommer från bland annat USA, Kanada, Sydafrika, Kina och Sydkorea.

Så för att svara på frågan, på grund av att företag vill bli snabbare och bygga rätt sak så investerar de mer i att ha kompetens in-house, i stället för att köpa det på stan.



Designer Pia Högman på Streck – ett kreativt frilanskontor inom design och arkitektur.

Möjligheter och utmaningar

Denna rapport sätter fingret på en bransch som är central i dess betydelse för framgången hos andra näringar, och för samhällets hållbara utveckling.

Som den framtagna statistiken visar bidrar designföretag och designkompetens till att skapa stora värden. Designsektorn utgör till stor del själva essensen i regeringens formulering om att "de kulturella och kreativa branscherna bör ses som en ny typ av basnäring i Sverige, som inte bara skapar arbetstillfällen i de berörda branscherna utan även tillväxt och innovation i andra sektorer".²⁰

Men, den mätning från 2017 som visar att de kulturella och kreativa branscherna omsatte 400 miljarder kronor och sysselsatte cirka 190 000 personer i hela landet, indikerar den verkliga potentialen i underkant. Det beror visserligen på hur man mäter och hur man

avgränsar. Denna branschrapport är till exempel förhållandevis snäv i sin avgränsning. Men trots det så visar statistiken på att den sammanräknade omsättningen för designbranschen ligger på närmare 80 miljarder kronor för 2023. Och då är det endast för designbranschen med fokus på designutövare. Än mer intressant blir det om vi ser de stora värden som designbranschen medverkar till inom andra sektorer, och inom samhällsutvecklingen i stort. Det är omfattande värden som är mätbara, som vi kan bli bättre på att mäta. Jämför med de mätetal som redovisas i denna rapport från brittiska Design Council och finska Ornamo.

Design Council redovisar att den brittiska designsektorn år 2019 stod för ett bruttoföreläggsvärde på 97,4 miljarder pund, motsvarande ungefär 1 347 miljarder kronor. Man uppskattar även att tillsammans med det

²⁰ Kristersson, U. & Liljestrand, P. (2023) – *Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*.

”Det ligger en enorm potential i att framhålla svensk design och tillföra mer stöd för designbranschens utveckling.”

mervärde som designkompetens tillför och bidrar till att skapa inom andra sektorer, så är det samlade värdet av design i Storbritannien 276 miljarder pund i bruttoförelägningsvärde, eller 3 818 miljarder kronor. Med utgångspunkt från att den svenska ekonomin är ungefär 18 procent i storlek av den brittiska så skulle motsvarande siffror kunna översättas till att Sverige skulle ha 242 miljarder kronor i bruttoförelägningsvärde från design, eller 687 miljarder kronor i samlat bruttoförelägningsvärde.

Ornamo redovisar i sin statistik från 2022 att omsättningen från designsektorn var 16,9 miljarder euro, eller 194 miljarder kronor. Då den finska ekonomin är ungefär hälften så stor som den svenska, skulle motsvarande siffra i för designsektorn i Sverige vara ungefär 388 miljarder kronor. Bara för design. Det är ungefär vad de kulturella och kreativa branscherna omsatte gemensamt 2017 enligt den svenska rapporten.

Återigen, det finns olika sätt att mäta på. Men, helt klart är att det skulle vara intressant att titta lite närmare på den svenska designsektorn, och gå ännu mer in på djupet än vad denna branschrapport gör. Det ligger en enorm potential i att framhålla svensk design och tillföra mer stöd för designbranschens utveckling.

Samtidigt får man inte glömma bort de många värden som design medskapar tillsammans med andra kompetenser, men som är svåra att mäta. Vi vet exempelvis att design påverkar allt från välmående till sociala förhållanden, sammanhållning, omsorgsfull gestaltning av miljöer, klimatomställning och mycket mera. Med design har vi verktyg som ger oss möjlighet att förändra, förbättra, ifrågasätta, skapa, reflektera och föra dialog. Värdet av design är många gånger större än vad som går att mäta.

Syftet med framtagandet av denna rapport är att få ett övergripande och mer samlat grepp om designbranschen i Sverige, samt förmedla en bild av dess

nyckeltal. Som tidigare har nämnts har det saknats en tydlig kartläggning och kunskap om hur den svenska designbranschen ser ut. Branschrapporten har tagits fram som en del i arbetet mot att etablera en yrkesförening för designer i Sverige. Det är den första i sitt slag och ambitionen är att yrkesorganisationen framöver ska publicera årliga rapporter om designbranschen.

Rapporten visar på att det finns ett starkt underlag för att etablera en sådan organisation, med syftet att bidra till branschens utveckling, ta fram statistik och nyckeltal som belyser designbranschens värden, samt att synliggöra svensk design och stödja regionala och lokala initiativ.

Denna branschrapport lyfter fram regionala skillnader, möjligheter till klusterbildningar och indikerar delbranschernas status. Här i finns möjligheter att identifiera inom vilka områden insatser kan göras, och belysa styrkor och svagheter.

Designområdet har utvecklats och förändrats mycket under de senaste tjugo till trettio åren i takt med att ny teknik och nya verktyg har blivit tillgängliga. Samtidigt har själva kärnan inom designyrket till stor del bibehållits. Grunden finns fortfarande att hitta i det undersökande, utforskande och experimenterande arbetssätt som designprocessen består av. Ett arbetssätt som är mer relevant än någonsin.

Metod

Syftet med framtagandet av denna rapport är att få ett övergripande och mer samlat grepp om designbranschen i Sverige, samt förmedla en bild av dess nyckeltal.

Branschrapporten görs som en del i utvecklingen av en yrkesförening för designer i Sverige. Detta är den första rapporten, med det framtida målet att fortsättningsvis ta fram årliga branschrappporter för designbranschen i Sverige.

Arbetet med framtagandet av denna rapport har följt följande upplägg:

1. Upstart:

- Benchmark av andra kartläggningar och branschrappporter.
- Klargörande av målbild för rapport.
- Specifikation av metod, samt genomförande av analys och insamlande av data.

2. Datainsamling och analys:

- Genomförande av datainsamling, genom kontakt med bland annat regioner, branschorganisationer, nyckelpersoner, bolagsverket och Statistikmyndigheten SCB.
- Bearbetning och analys av insamlade data.

3. Sammanställning:

- Förtydligande av resultat och framhävande av intressanta nyckeltal och slutsatser.
- Redovisning genom statistik och sammanställning av resultat i rapport.

Datainsamlingen som har legat till grund för rapporten har skett på flera plan.



Möbeldesigner Louise Hederström presenterar sitt arbete med Swedese.

Datansamling företag

Den största delen av de företag som ingår i kartläggningen har urskilts genom att söka och sortera på SNI-koder.

Standarden för svensk näringsgrensindelning, SNI, används för att klassificera företag och arbetsställen efter vilken verksamhet de bedriver.²¹ SNI ingår i ett internationellt system av ekonomiska klassifikationer och utgår från EU:s näringsgrensstandard NACE.

Urvalet av SNI-koder till vår kartläggning gjordes baserat på de designinriktningar som vi har avgränsat oss till. Det låter enklare än vad det är. Att finna alla designföretag baserat på våra definierade designinriktningar är nämligen inte så enkelt. Det beror framför allt på att alla inriktningar inte har en egen SNI-kod.

För att hämta data om företag verksamma inom de designinriktningar som inte har egna SNI-koder så har en kombination av SNI-koder i sökningen. Tillvägagångssättet är endast tillämpligt de fall som ett företag har flera SNI-koder registrerade. Det är vanligt att designföretag har flera designrelaterade SNI-koder registrerade. Den SNI-kod som står först har i dessa fall fått utgöra huvudverksamhet för företaget.

Därtill har även möjligheten tillämpats, att söka efter företag baserat på SNI-kod i kombination med sökord i företagens bolagsordningar. Nyckelord som använts vid sökning med denna metod är "design" och "ux". Notera att detta sätt att söka endast är tillämpligt på aktiebolag.

Dessutom har ett begränsat antal företag lagts till i kartläggningen manuellt, trots att de inte varit registrerade enligt urvalet av SNI-koder, men ändå bedömts tillhöra någon av de avgränsade designinriktningarna. Det är inte ovanligt att företag är registrerade under andra SNI-koder än sitt egentliga verksamhetsområde.

Designbranschen är omfattande, och fler designdiscipliner har vuxit fram med tiden. Designdiscipliner som rör sig i gränstrakterna mellan allt från produkter till tjänster, miljöer, hantverk, konst, gestaltning, strategi, teknikutveckling och digitalisering. Systemet baserat på SNI-koder har inte uppdaterats med alla nya designinriktningar.

I EU-rapporten *Design for Growth & Prosperity: Report and Recommendations of the European Design Leadership Board* från DG Enterprise and Industry 2012, påpekas bristen av definitionen av designföretag i de befintliga NACE-klasserna som SNI-koderna, eller branschkoderna, bygger på. Det nämns att en stor del av designdisciplinerna som finns inte innefattas i befintliga koder.

*"No shared understanding of how to measure design's impact currently exists. The problem is further compounded in that there is no shared definition of design for the purposes of establishing the evidence base that is needed. Traditional forms of statistical indicators are not proving adequate in providing a sufficiently robust measurement methodology for design as a key intangible."*²²

I slutet av 2025 lanseras SNI 2025 för att stämma överens med en ny version av den europeiska näringsgrensstandard (NACE).²³ Därför kommer SNI-koder att ändras. I och med förändringen av SNI-koderna ökar möjligheten till mer tillförlitlig och jämförbar statistik. Förhoppningsvis kommer det med SNI 2025 bli lättare att avgränsa designbranschen och dess olika inriktningar.

²¹ SCB (2024) – Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI).

²² Thomson, M. & Koskinen, T. (2012) – Design for Growth & Prosperity.

²³ SCB (2024) – Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI).

Urval designföretag

Följande SNI-koder och sökmetoder har tillämpats vid urval och inhämtande av företagsinformation:

Industridesign

SNI 74.101

Grafisk design

SNI 74.102

Inredningsdesign

SNI 74.103

Digital design / UX/UI

Någon av SNI koderna 58.210, 58.290, 62.010, 62.020 eller 62.090 i kombination med någon av SNI koderna 74.101 eller 74.102. Därtill har sökning gjorts baserat på SNI i kombination med nyckelorden "ux" och "design" i bolagsordningen.

Design glas & keramik

Någon av SNI koderna 23.130, 23.190, 23.410 eller 23.490

Design textil & mode

Någon av SNI koderna 13.100, 13.200, 13.300, 13.910, 13.930, 13.950, 14.110, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390, 15.110, 15.120 eller 15.200

Design guld, silver & smycken

Någon av SNI koderna 32.120 eller 32.130

Möbeldesign

Någon av SNI koderna 27.400, 31.090, 31.012 eller 31.021

Konstnärlig design

SNI 90.030 i kombination med någon av SNI koderna 74.101 eller 74.102. Därtill har sökning gjorts baserat på SNI i kombination med nyckelordet "design" i bolagsordningen.

Information om företag i designbranschen har samlats in via databasen Retriever Business som innehåller information om alla Sveriges bolag, även enskilda firmor. Databasen innehåller bland annat grunduppgifter om företag, originalbokslut, ekonomiska nyckeltal, styrelseinformation och koncerninformation. Informationen i databasen kommer från Bolagsverket, Skatteverket och Statistikmyndigheten SCB.

Vid insamlande av företagsdata har först en excel-fil sammanställts innehållande alla företag i databasen med någon av SNI-koderna som ingår i vårt urval. Därefter har bruttolistan sorterats på huvudverksamhet, baserat på vilken SNI-kod som står först. Listan

har sedan gallrats så att den endast innehåller företag som uppfyller våra villkor utifrån definierat urval, och som är registrerade för F-skatt.

Datansamling anställda

Avseende statistik för anställda i designbranschen har data hämtats från Statistikdatabasens yrkesregister. Ett urval av yrkeskoder gjordes baserat på sökorden "design" och "formgivare".

Följande yrkeskoder, utifrån yrkesklassificeringen SSYK 2012, tillämpades:

- 2171 Industridesigner
- 2172 Grafisk formgivare m.fl.
- 2173 Designer inom spel och digitala medier
- 2179 Övriga designer och formgivare
- 2519 Övriga IT-specialister
- 3432 Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl.

Urval yrkesverksamma designer

Nedanstående SSYK-koder har använts vid vår kartläggning. De beskrivningar som följer kommer från Statistikmyndigheten SCB.

SSYK 2171 – Industridesigner

Här ingår även:

- *Chefsdesigner / Designer*
- *Industri / Industridesigner / Formgivare*
- *Industri- / Formgivare, ospec / Formgivare*
- *Silversmed / Industriformgivare*

Utredar, analyserar, designar och utvecklar produkter för tillverkning. Fastställer mål och restriktioner för designuppdraget i samråd med kunder och intressenter. Samordnar tekniska, ekonomiska och estetiska förutsättningar. Förbereder design och specifikationer för tillverkning.

SSYK 2172 – Grafisk formgivare m.fl.

Här ingår även:

- *Interaktiv designer*
- *Formgivare, grafisk / Grafisk formgivare*

Designar och formger tryckt publikation och media. Fastställer mål och restriktioner för designuppdraget genom samråd med kunder och intressenter.

SSYK 2173 – Designer inom spel och digitala medier

Här ingår även:

- *3D-designer / Designer*
- *Game / Game designer*
- *Level designer / UI-designer*
- *Webbdesigner / Webdesigner*

Designar, formger och utvecklar digital och elektronisk media. Skapar specialeffekter, animering och andra audiovisuella rörliga bilder för dataspel, film, video m.m. Fastställer mål och restriktioner för designuppdraget genom samråd med kunder, intressenter och den egna organisationen.

SSYK 2179 – Övriga designer och formgivare

Här ingår även:

- *Designer, övrig / Kläddesigner / Kostymdesigner / Modedesigner / Möbeldesigner / Skodesigner / Textildesigner / Modeformgivare / Textilformgivare*

Utför annat design- och utvecklingsarbete än inom 2171–2173. Exempel på arbetsuppgifter: Designar och utvecklar mode-, kläd-, textil-, smyckes- och glasprodukter. Fastställer mål och restriktioner för designuppdraget genom samråd med kunder och intressenter.

SSYK 2519 – Övriga IT-specialister

Här ingår även:

- *Interaktionsdesigner Servicedesigner*
- *IT / Tjänstedesigner*
- *IT / UX-designer*

Utför annat specialistarbete inom IT än inom 2511–2516. Exempel på arbetsuppgifter: Planerar och lägger upp strategier för hur informationsteknik eller datateknik ska användas på ett företag eller i en organisation. Forskar inom IT.

SSYK 3432 – Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl

Här ingår även:

- *Inredningsdesigner*

Inreder, väljer möbler och dekorerar t.ex. affärer, kaféer, restauranger, kontor och hem. Ställer i ordning scendekorer, skyltfönster m.m.

Halsband i näverflätad koppar av smyckesdesigner Catarina Hällzon.





Form/Design Center på Hedmanska gården i Malmö.

Om Form/Design Center

Form/Design Center är den främsta mötesplatsen för arkitektur, design och konsthantverk i Sverige. Verksamheten är utsedd av regeringen som nationell nod för gestaltad livsmiljö och är officiell partner i New European Bauhaus. I ett kulturhistoriskt sädesmagasin i centrala Malmö har Form/Design Center i mer än 50 år varit en arena för alla som vill vara delaktiga i utvecklingen av våra livsmiljöer. Årligen fylls huset av utställningar, föreläsningar och workshops som banar vägen för innovation och kreativitet med målet att sprida kunskap och skapa nya perspektiv inom hållbar samhällsutveckling.

Form/Design Center är en plats för alla där debatten hålls levande och nästa generation bjuds in i processen. En plattform för branschen som genom utvecklingsprojekt och tvärssektoriella samarbeten stärker det kreativa företaget regionalt, nationellt och internationellt. I samarbete med offentlig sektor,

akademi, näringsliv och organisationer driver organisationen utveckling för en hållbar framtid. Form/Design Center är en ideell förening och drivs med stöd av Kulturdepartementet, Malmö stad, Region Skåne och Statens kulturråd.

Branschfrämjande satsningar inom design

Form/Design Center har länge arbetat med branschfrämjande satsningar i aktiv dialog med yrkesverksamma inom designområdet. Genom att utveckla olika plattformar och projekt, däribland affärsutvecklingsprogram, mentorprogram, business speed dating och kunskapsseminarier, arbetar verksamheten för att skapa fler möjligheter för professionella utövare. Form/Design Center driver även tvärdisciplinära projekt som What Matter_s där kreatörer sammanförs med forskning och industri för att utveckla nya material, innovativa koncept och affärsmöjligheter.

SPOK

Form/Design Center driver SPOK (Samtida produktion och konsumtion) – en rikstäckande digital plattform som sprider kunskap om lokala tillverkningsmöjligheter. Genom att stärka den lokala produktionen i hela Sverige vill SPOK bidra till en mer närproducerad hållbar konsumtion. SPOK:s nätverk växer kontinuerligt och omfattade 2024 elva regionala hubbar, var och en med ansvar för att lista tillverkande företag i sitt närområde: Blekinge, Dalarna, Gotland, Halland, Jämtland-Härjedalen, Jönköping, Kronoberg, Skåne, Värmland, Västerbotten, Västra Götaland. SPOK har idag över 380 listade tillverkare. Inom ramen för SPOK genomförs också nätverksträffar, kunskapsseminarier, studieresor till lokala tillverkare, utställningar och matchningsprojekt med formgivare.

Southern Sweden Design Days

Malmös internationella designfestival Southern Sweden Design Days arrangeras av Form/Design Center. Festivalen bjuder årligen in designintresserade från hela världen att utforska hur design formar framtiden och bidrar till hållbar samhällsutveckling. Southern Sweden Design Days riktar sig till en bred allmänhet såväl som professionella besökare och bjuder på ett omfattande program av utställningar, workshops, föreläsningar. Programmet sträcker sig över hela Malmö – i formgivares studios, showroom, gallerier och butikslokaler – och har sin samlingspunkt på festivalens huvudarena Lokstallarna med över 6 000 m² utställningsyta, livescen och matverkstad.

Sveriges Designers Riksorganisation

Inom yrkeskåren såväl som bland politiker och designaktörer lyfts behovet av att organisera designbranschen i en nationell yrkesorganisation – Sveriges Designers Riksorganisation. Designkåren är, till skillnad från exempelvis arkitekter, konstnärer och illustratörer en oorganiserad kår. Behovet av en branschorganisation är stort och Sveriges Designers Riksorganisations uppdrag blir att skapa gynnsamma förutsättningar för designers att utöva sitt yrke och fungera som en tydlig röst både i Sverige och internationellt.

- Förbättra trygghetssystemen för frilansare och egenföretagare.
- Främja viktiga frågor som rör både kultur- och näringspolitik.
- Agera som remissinstans för lagförslag och regeländringar.
- Driva opinionsbildning och bevaka omvärldsutvecklingen.
- Etablera samarbeten med andra aktörer, främja kompetensutveckling och skapa starka nätverk inom branschen.
- Löpande samla in och publicera branschdata för att följa trender och analysera utvecklingen inom designsektorn.

Med en fysisk mötesplats, ett nationellt nätverk och en stärkt roll inom politiken har Form/Design Center goda förutsättningar att driva frågan tillsammans med regering, riksdag och myndigheter.

"Form/Design Center har länge arbetat med branschfrämjande satsningar i aktiv dialog med yrkesverksamma inom designområdet."

Ordlista

Design

Design kan användas som begrepp för att beskriva ett föremåls konstruktion eller utseende. Men design är också den skapandeprocess som används från idéstadiet till färdig produkt. Dessa produkter utvecklas efter funktionella och estetiska krav med utgångspunkt från brukarens behov. Då inkluderas funktioner som teknik, användarvänlighet, miljövänlighet, utseende, affärlösningar och även marknadsföring. Design tillämpas för utveckling av varor, tjänster, processer och miljöer. Det finns många definitioner av vad design är, då ordet bland annat har olika betydelser inom olika designdiscipliner och användarområden.

Design management

Design management är ledning, användning och integration av design, både som process och resultat, på olika nivåer i ett företag eller i en organisation. Design management påverkar på strategisk, taktisk och operativ nivå.

Destinationsdesign

Destinationsdesign med platsutveckling eller regional utveckling med designmetodik som verktyg. Det bygger på långsiktig samverkan mellan näringsliv, civilsamhälle och offentliga aktörer. Vilka frågor platserna arbetar med varierar men ofta rör det service, attraktivitet, besöksnäring eller näringsutveckling.

Digital design

Digital design handlar om design av digitala medier inom exempelvis digitala tjänster, appar, webbsidor, datorspel, grafisk kommunikation, utställningar och sociala forum. Digital design kombinerar designmässiga, tekniska, kommunikativa och estetiska aspekter. Det handlar om att skapa goda upplevelser för användare genom interaktionsdesign och kombinera användbarhet och estetik i olika gränssnitt. Digital design är starkt förknippat med UX och UI-design, samt service och tjänstedesign. Se förklaringar i ordlistan.

Formgivning

Formgivning innebär att skapa yttre form och dekor på främst bruksföremål, trycksaker och digitala medier. Ordet formgivning används ibland även istället för ordet design.

Grafisk Design

Grafisk design, eller grafisk formgivning, handlar om användandet av typsnitt, logotyper, färger och så vidare på saker och ting, i trycksaker, eller i digitala media och system. Det omfattar till exempel användargränssnitt, kalligrafi och typografi.

Industridesign / produktdesign

Industridesign kallas ibland även för industriell formgivning eller produktdesign. Industridesign innebär ett arbete som utförs för att utveckla produkter avsedda att tillverkas i serie med hänsyn till såväl estetiska som praktiska, miljömässiga, produktions- och marknadsföringsmässiga och ekonomiska kriterier. Industridesign kan tillämpas på föremål och varor, liksom processer, budskap, tjänster eller miljöer.

Inredningsdesign

Inredningsdesign är en form av interiörkonst, där en inredningsarkitekt eller inredningsdesigner dekorerar och möblerar ett bostadsrum eller annat interiör. I offentliga lokaler sätts det andra krav på inredningsdetaljer av till exempel tillgängligheten vid lokalvård.

Interaktionsdesign

Interaktionsdesign handlar om att forma produkter, tjänster och miljöer med fokus på nytta och användbarhet. Ett särskilt fokus inom interaktionsdesign finns på informations- och interaktionsteknik så att digitala produkter ska vara lätta att använda och stödja människor i deras uppgifter. Interaktionsdesign fokuserar på ett systems beteende och flöden.

Mikroföretag

Företag med 0-9 anställda.

Modedesign

Modedesign är konsten att applicera design, funktion, estetik, och klädkonstruktion på kläder och dess accessoarer. Den är influerad av kultur och olika trender, och har varierat över tid och plats.

Möbeldesign

Möbeldesign är konsten att formge och gestalta möbler. Det är möbeldesignern, möbelformgivaren eller möbelarkitekten som utför detta arbete.

Produktdesign/ industridesign

Se industridesign i ordlistan.

Prototyp

Prototyp är en urtyp, urbild, första förebild eller grundform av något. En prototyp kan vara en förlaga eller testmodell som används vid utvecklingen av en produkt, exempelvis inom design, elektronik eller mjukvaruutveckling. "Prototypa" är ett begrepp som ibland används för att ta fram en prototyp.

Service design

Service design, även kallat tjänstedesign, innebär att planera och organisera både människor, infrastruktur, kommunikation och andra komponenter kring en tjänst för att förhöja kundens upplevelse av tjänsten. Genom att utforma en tjänst efter kundens behov blir den användarvänlig, konkurrenskraftig och relevant utifrån kundens perspektiv.

Social design

Social design är tillämpningen av olika designmetoder för att hantera komplexa samhällsfrågor. Historiskt sett har social design uppmärksammat designers roller och ansvar i samhället, och användningen av designprocesser för att åstadkomma samhällsförändringar. Social design som disciplin har praktiserats främst inom två olika modeller, antingen i tillämpningen av en humancentrerad designmetodologi i sociala eller statliga sektorer, eller som en designpraktik inom socialt entreprenörskap.

Speldesign

Begreppet speldesign används nästan uteslutande för datorspel eller konsolspel, men den innefattar även utvecklingen av andra spel, exempelvis brädspel.

Speldesign är processen då man designar bakgrunden och spelreglerna för ett spel.

Strategisk design

Strategisk design är ett sätt att arbeta med design i ett bredare perspektiv som belyser utmaningar och möjligheter att utveckla hela organisationen. Strategisk design kan sägas handla om att ta ett helhetsgrepp där kunskaper inom designmanagement och marknadsföring kompletterar varandra. Strategisk design kan genom detta utveckla och stärka allt från den enskilda produkten eller tjänsten till organisationens varumärke och identitet. Detta sker ofta med ett starkt användarfokus som är en viktig del i designprocessen.

Textildesign

Textildesign som praktik har utvecklats till att bli en industri som är integrerad med andra discipliner som mode, inredning och konst.

Tjänstedesign

Se service design i ordlistan.

User experience design / UX-design

UX-design är alla olika element som tillsammans skapar och formar upplevelsen hos användaren vid interaktion mellan användaren och en produkt, system eller en tjänst. Det inkluderar en persons uppfattning om nytta, användarvänlighet och effektivitet. Designbeslut inom UX-design drivs även av forskning, dataanalys och testresultat.

User interface design / UI-design

UI-design fokuserar på produkter och systems utseende och känsla, hur yta ser ut och fungerar. UI syftar på att enbart visuellt vägleda användaren genom en produkt eller systems användargränssnitt.

User Experience

User Experience (användarupplevelse) handlar om hur en användare interagerar med och upplever en produkt, ett system eller en tjänst.

Källförteckning

1. Hay, B. Todd, J. & Dewfield, S. *Design Economy – People, Places and Economic Value*. (Design Council, 2024).
2. *Företagens ekonomi 2022, Serie NV19 SM 2002*. (SCB, Statistiska centralbyrån, 2022).
3. Kristersson, U. Liljestrand, P. Sveriges Riksdag. *Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*. (2023). https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/skrivelse/strategi-for-foretag-i-kulturella-och-kreativa_hb03111/html/ (Hämtad 2024-11-29).
4. Regeringskansliet. *Ny strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*. (2024). <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2024/04/ny-strategi-for-foretag-i-kulturella-och-kreativa-branscher/> (Hämtad 2024-11-29).
5. Svenska institutet. *SI främjar det kreativa Sverige på viktiga internationella marknader*. (2024). <https://si.se/si-framjar-det-kreativa-sverige-pa-viktiga-internationella-marknader/> (Hämtad 2025-01-03).
6. European Union. *New European Bauhaus*. <https://new-european-bauhaus.europa.eu/> (Hämtad 2024-12-10).
7. Daram Westling, L. Byström, D. *Design som utvecklingskraft – En studie om sätt att tänka och arbeta för samhällets transformation i hållbar riktning*. (Svensk Form, 2022).
8. *Design för bättre affärer*. (SVID – Stiftelsen Svensk Industridesign, STD – Svensk Teknik och Design, Teknikföretagen, 2008).
9. Daram Westling, L. Byström, D. *Design som utvecklingskraft – En studie om sätt att tänka och arbeta för samhällets transformation i hållbar riktning*. (Svensk Form, 2022).
10. Lith, P. *Muotoiluala 2022 – Suhdannekatsaus (Designindustrin 2022 – Konjunkturöversikt)*. (Ornamo Art and Design Finland, 2022).
11. Tillväxtverket. *Kreametern – En guide till svensk statistik för kulturella och kreativa näringar*. (2018). https://tillvaxtverket.se/download/18.6855bfcf184896002ff9eb/1668765673299/TVV_Rapport_Kreametern_171030.pdf (Hämtad 2024-10-).)
12. Svengren Holm, L. *En undersökning av löneutveckling för (industri)designer*. (SVID – Stiftelsen Svensk Industridesign, 2020)
13. Svenska Dagbladet. 2024. Yrket med största och minsta löneökningen. <https://www.svd.se/a/kJ4b26/yrket-med-storsta-och-minsta-loneokningen> (Hämtad 2024-12-06).
14. Genomsnittlig månadslön, kronor efter sektor, Yrke (SSYK 2012), kön, utbildningsnivå och år, Statens statistikmyndighet SCB. <https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/154953>
15. Genomsnittlig månadslön och lönspridning efter sektor, Yrke (SSYK 2012), kön, tabellinnehåll och år, Statistikmyndigheten SCB. <https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/154044>
16. Svengren Holm, L. *En undersökning av löneutveckling för (industri)designer*. (SVID – Stiftelsen Svensk Industridesign, 2020)
17. Heinänen, S. Executive Director, Ornamo Art and Design Finland, *Presentation: Voice, community and support network for design professionals*. (Februari, 2024)
18. Lith, P. *Muotoiluala 2022 – Suhdannekatsaus (Designindustrin 2022 – Konjunkturöversikt)*. (Ornamo Art and Design Finland, 2022).
19. Hay, B. Todd, J. & Dewfield, S. *Design Economy – People, Places and Economic Value*. (Design Council, 2024).
20. Kristersson, U. Liljestrand, P. Sveriges Riksdag. *Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*. (2023). https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/skrivelse/strategi-for-foretag-i-kulturella-och-kreativa_hb03111/html/ (Hämtad 2024-11-29).
21. SCB – Statistikmyndigheten. *Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI)*. <https://www.scb.se/dokumentation/klassifikationer-och-standarder/standard-for-svensk-naringsgrensindelning-sni/> (Hämtad 2024-11-19).
22. Thomson, M. Koskinen, T. *Design for Growth & Prosperity: Report and Recommendations of the European Design Leadership Board*. (DG Enterprise and Industry of the European Commission, 2012).
23. SCB – Statistikmyndigheten. *Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI)*. <https://www.scb.se/dokumentation/klassifikationer-och-standarder/standard-for-svensk-naringsgrensindelning-sni/> (Hämtad 2024-11-19).



Workshop under ett branschmöte på Form/Design Center.



Swedese klassiska stol *Lamino*, tolkad av designduon Lab La Bla.

Tack!

Sammanställningen av denna rapport har skett med stöd och hjälp av följande aktörer, som vi vill rikta ett stort tack till.

Anders Bergström, Head of Design, Papershell

Annika Fredriksson, VD, Swedish Lapland Visitors Board

Bolagsverket

Dag Holmgren, Professor Industridesign

Design Council

Design Denmark

Design Leadership Community

Jens Wedin, Design Director, VD och grundare, Studio Manfred

Joe Lindehag, Region Norrbotten

Johanna Nylander, Dataspelsbranschen

Lisbeth Svengren Holm, Professor em. Design Management

Martin Johansson, VD, Stolab Möbel AB

Regionkontakter inom Gestaltad Livsmiljö

Retriever

Salla Heinänen, Ornamo Art and Design Finland

SCB, Statistikmyndigheten

Skatteverket

Svensk Form

Svenska Designsällskapet

Svenska Tecknare

SVID – Stiftelsen Svensk Industridesign

Form Design Center /

Form/Design Center drivs med stöd av Kultur-
departementet, Malmö stad, Region Skåne och
Statens kulturråd.

Lilla torg 9, 211 34 Malmö
Tel 040-664 51 50
formdesigncenter.com
[@formdesigncenter](https://www.instagram.com/formdesigncenter)