MOPED- och MOTORCYKEL
BRANSCHENS RIKSFÖRBUND

STRATEGI 2032

Moped- och motorcykelbranschens strategiska inriktning 2027–2032



Strategin på en sida – riktning, åtaganden och styrning.

Styrelsens sammanfattning

STRATEGISK KÄRNA: McRF ska skapa största möjliga medlemsvärde genom att stärka branschens villkor, lönsamhet, kunskap och samhällsställning – och genom att bidra till fler körkortstagare och fler motorcyklar i trafik.

Moped- och motorcykelbranschen går in i en period där regelutveckling, teknikskiften, förändrade mobilitetsmönster och nya kundförväntningar sammanfaller. En allt större del av spelreglerna formas på europeisk nivå. För medlemsföretagen ökar därför värdet av en samlad organisation som kan upptäcka förändringar tidigt, bedöma konsekvenser och omsätta kunskap i påverkan och handling.

Strategi 2032 anger den långsiktiga riktningen för McRF. Den är inte en verksamhetsplan och beskriver inte varje aktivitet. Den ska i stället styra vilka frågor organisationen prioriterar, hur resurser används och vilka resultat styrelsen följer upp.

Strategins huvudsakliga förflyttning

- från reaktiv hantering till tidig och systematisk påverkan,
- från informationsspridning till beslutsrelevant analys och kunskap,
- från enskilda aktiviteter till en sammanhållen styrkedja,
- från allmän medlemsservice till tydligt, mätbart medlemsvärde.

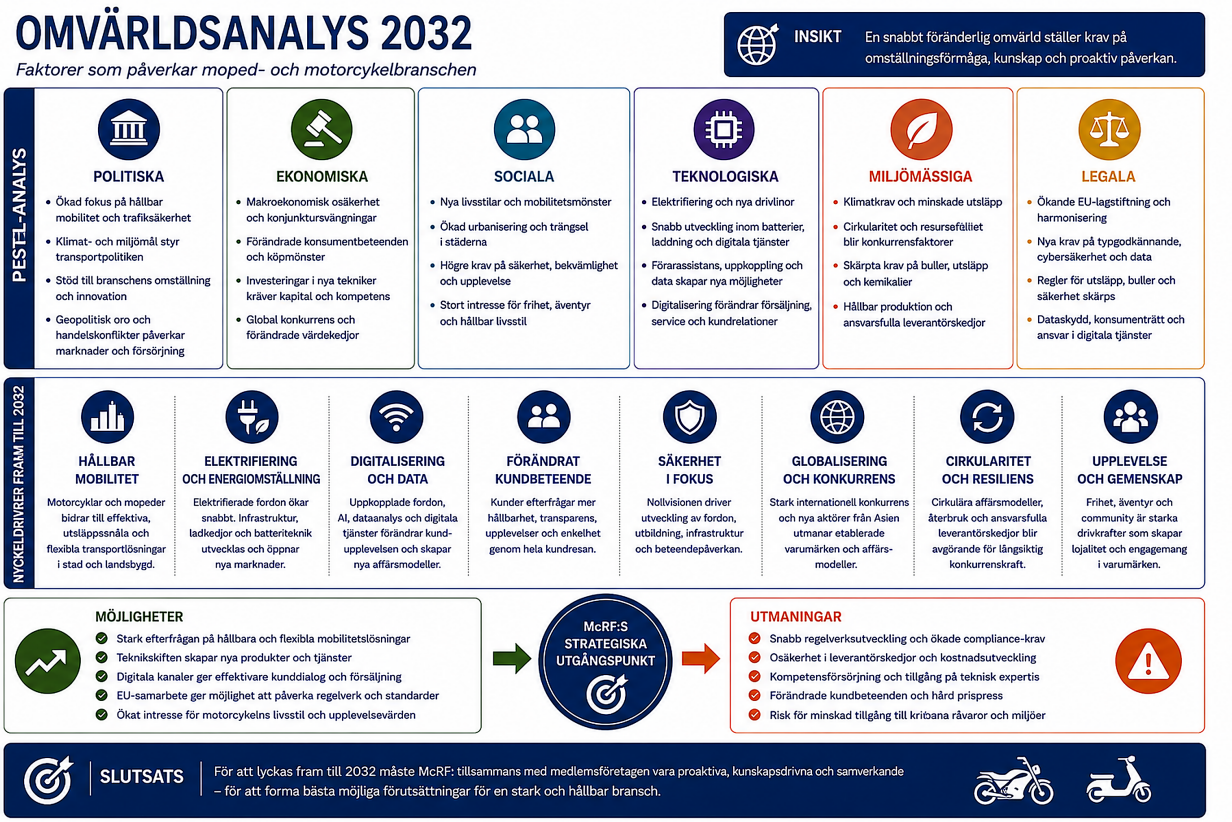
Styrelsens uppgift

Styrelsen ska hålla fast vid riktningen, pröva prioriteringar mot medlemsnyttan, säkerställa resurser och kompetens samt följa effekter – inte detaljstyra genomförandet. VD ansvarar för att omsätta strategin i verksamhetsplan, budget och projekt. Kansliet genomför, återrapporterar och förbättrar.

BESLUTSPERSPEKTIV: Varje större satsning ska kunna kopplas till strategins mål och minst ett strategiskt åtagande. Initiativ utan tydlig medlemsnytta eller realistisk genomförbarhet ska normalt inte prioriteras.

Utgångspunkt: en förändrad spelplan

Branschens framtid avgörs inte enbart av efterfrågan på nya fordon. Den formas också av EU-regler, nationell lagstiftning, körkortsregler, tekniska standarder, handelspolitik, digitalisering och synen på motorcykeln och mopeden i transportsystemet. Förändringarna innebär både nya affärsmöjligheter och risk för försämrade marknadsvillkor.



Omvärldsanalys 2032 – de viktigaste förändringskrafterna.

Fem omvärldstrender som kräver styrelsens uppmärksamhet

- EU och nationell reglering får större direkt påverkan på marknaden.
- Elektrifiering, uppkoppling och digitala tjänster förändrar produkter och affärsmodeller.
- Mobilitetspolitiken premierar yteffektiva, säkra och hållbara lösningar – men tvåhjulingens roll måste synliggöras.
- Kundgrupper och köpbeteenden förändras; återväxten av förare blir en strategisk marknadsfråga.
- Faktabaserad opinionsbildning blir avgörande när konkurrensen om politisk uppmärksamhet ökar.

SLUTSATS: McRF måste kunna gå från signal till analys, gemensam position och påverkan innan besluten är låsta. Tid är en strategisk resurs.

Vision, mål och värdelöfte



Vision 2032 – den gemensamma målbilden.

Abstrakt vision

VISION: Alla ska åka MC.

Konkret vision

McRF ska vara den ledande kunskaps- och påverkansorganisationen för hela MC-branschen i Sverige och en erkänd partner i utvecklingen av ett hållbart, säkert och konkurrenskraftigt transportsystem.

Övergripande mål 2032

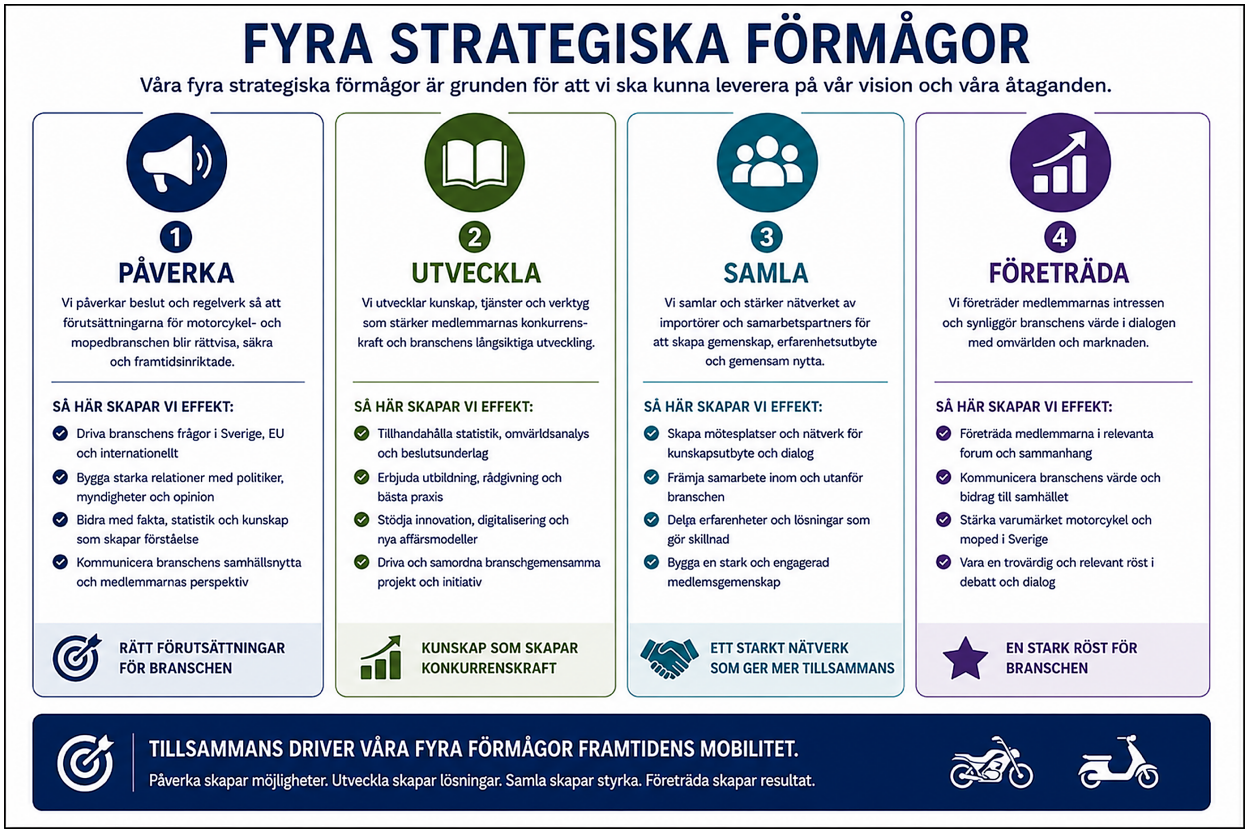
Att genom konsekvent arbete, samverkan och kunskap skapa största möjliga värde för medlemmarna, öka lönsamheten i hela branschen och öka antalet nya körkortstagare som tillsammans med befintliga förare medför fler motorcyklar i trafik.

Värdelöfte till medlemsföretagen

- tidigare och bättre kunskap om förändringar som påverkar affären,
- större gemensam påverkanskraft än företagen kan skapa var för sig,
- relevant statistik, analys och beslutsstöd,
- en starkare marknad och en mer nyanserad samhällsbild av motorcykeln och mopeden,
- professionella mötesplatser, kampanjer och event som ger konkret medlemsnytta.

McRF:s uppdrag och strategiska identitet

McRF är branschorganisationen för Sveriges importörer av motorcyklar och mopeder. Organisationen ska företräda gemensamma intressen – inte enskilda varumärken eller individuella kommersiella frågor. Legitimiteten bygger på att McRF samlar branschen, arbetar faktabaserat och prioriterar frågor där samordning skapar större effekt än separata företagsinsatser.



Fyra strategiska förmågor som tillsammans skapar medlemsvärde.

Fyra förmågor

- Påverka: förbättra regelverk och villkor genom tidig dialog, remissarbete och långsiktiga relationer.
- Utveckla: stärka konkurrenskraften genom statistik, omvärldsbevakning, analys och kunskapsdelning.
- Samla: skapa samsyn, engagemang och gemensam handlingskraft mellan medlemsföretagen.
- Företräda: vara branschens tydliga och trovärdiga röst i Sverige.

STRATEGISK IDENTITET: McRF ska vara mer proaktivt än reaktivt, mer analysdrivet än händelsestyrt, mer långsiktigt än kortsiktigt och mer samlande än administrerande.

Sex strategiska åtaganden

Åtagandena är länken mellan visionen och den årliga verksamheten. De ska ligga till grund för verksamhetsplan, budget, projektprioritering, uppföljning och medlemsdialog. Tillsammans täcker de både marknadens förutsättningar och McRF:s egen förmåga att leverera.



Sex strategiska åtaganden 2027–2032.

- 1. Stärka branschens villkor och konkurrenskraft.
- 2. Bidra till fler förare och en växande marknad.
- 3. Samla och utveckla branschen.
- 4. Utveckla kunskap, statistik och omvärldsanalys.
- 5. Stärka motorcykelns och mopedens ställning i samhället.
- 6. Utveckla McRF för framtiden.

STYRPRINCIP: Varje större aktivitet ska stödja minst ett åtagande och ha ett definierat resultat. Åtagandena är fasta under strategiperioden; aktiviteterna kan ändras när omvärlden kräver det.

Åtagande 1–2: villkor, lönsamhet och marknad

1. Stärka branschens villkor och konkurrenskraft

McRF ska bevaka och påverka nationella och europeiska beslut som påverkar medlemsföretagens möjligheter att verka. Arbetet ska börja tidigt, bygga på gemensamt beslutade ståndpunkter och kombinera teknisk sakkunskap med uthålliga relationer till myndigheter, regering, riksdag och europeiska organisationer.

- prioritera ett begränsat antal sakfrågor med stor affärs- eller marknadseffekt,
- utveckla strukturerad EU- och Sverige-bevakning,
- ta fram korta konsekvensanalyser och beslutsunderlag,
- samordna remissvar, positioner och branschdata,
- följa upp faktiskt genomslag – inte enbart antal möten.

2. Bidra till fler förare och en växande marknad

Branschens långsiktiga lönsamhet kräver återväxt. McRF ska därför arbeta för rimliga och säkra vägar till körkort, aktivera personer som redan har behörighet men inte kör samt stärka intresset bland nya målgrupper. Insatserna ska bygga på marknadsdata, partnerskap och tydliga effektmål.

- driva prioriterade körkortsfrågor, däribland möjligheten att köra A1 på B-körkort efter utbildning,
- utveckla Motorcykelns dag, MC-Mässan och branschgemensamma kampanjer,
- skapa bättre kunskap om hinder i kundresan och orsaker till inaktivitet,
- mäta nya körkort, aktiverade förare, marknadsutveckling och deltagande.

STYRELSENS AVVÄGNING: Marknadsutveckling och politisk påverkan ska ses som två sidor av samma mål: fler förare och långsiktigt bättre affärsförutsättningar.

Åtagande 3–4: samverkan och kunskap

3. Samla och utveckla branschen

McRF ska vara den naturliga arenan för gemensamma vägval. Medlemsdialogen behöver vara regelbunden, strukturerad och kopplad till konkreta frågor. Arbetsgrupper ska användas när medlemsföretagens sakkunskap behövs för analys, beredning eller genomförande – med tydligt mandat och avgränsad leverans.

- återkommande VD-, specialist- och medlemsforum,
- tydliga processer för att förankra gemensamma positioner,
- kunskapsutbyte och branschutveckling, exempelvis ett utvecklat handlarpaket,
- strategiska samarbeten med relevanta motorcykel-, trafik- och näringslivsorganisationer.

4. Utveckla kunskap, statistik och omvärldsanalys

McRF ska hjälpa medlemmarna att fatta bättre beslut – inte bara skicka mer information. Omvärldsbevakning ska därför bearbetas till relevans, konsekvens och rekommenderad hantering. Statistiksystemet ska ge en gemensam och tillförlitlig marknadsbild och analyser ska svara på de frågor som är viktigast för affär och påverkan.

- snabb och prioriterad omvärldsrapportering från Sverige, EU och ACEM,
- kvalitetssäkrad registrerings- och marknadsstatistik,
- tematiska analyser, prognoser och korta medlems-PM,
- en digital kunskapsyta där aktuellt material är lätt att hitta,
- återkommande utvärdering av användning och upplevd nytta.

KVALITETSKRAV: Kunskap ska vara aktuell, korrekt, kortfattad och handlingsrelevant. Informationsvolym är inte ett resultatmått.

Åtagande 5–6: samhällsställning och kapacitet

5. Stärka motorcykelns och mopedens ställning i samhället

McRF ska bidra till en saklig bild av motorcyklar och mopeder som delar av ett modernt transportsystem och en viktig näring. Kommunikation och påverkan ska utgå från fakta om mobilitet, yteffektivitet, säkerhet, teknikutveckling, företagande och användarnytta. Målet är både bättre villkor och ett högre förtroende för branschen.

- bygga ett gemensamt kunskapsunderlag om samhällsnytta,
- vara tillgänglig och trovärdig i medier och samhällsdebatt,
- stödja säkert och ansvarsfullt användande,
- samordna kampanjer där en gemensam avsändare ökar effekten.

6. Utveckla McRF för framtiden

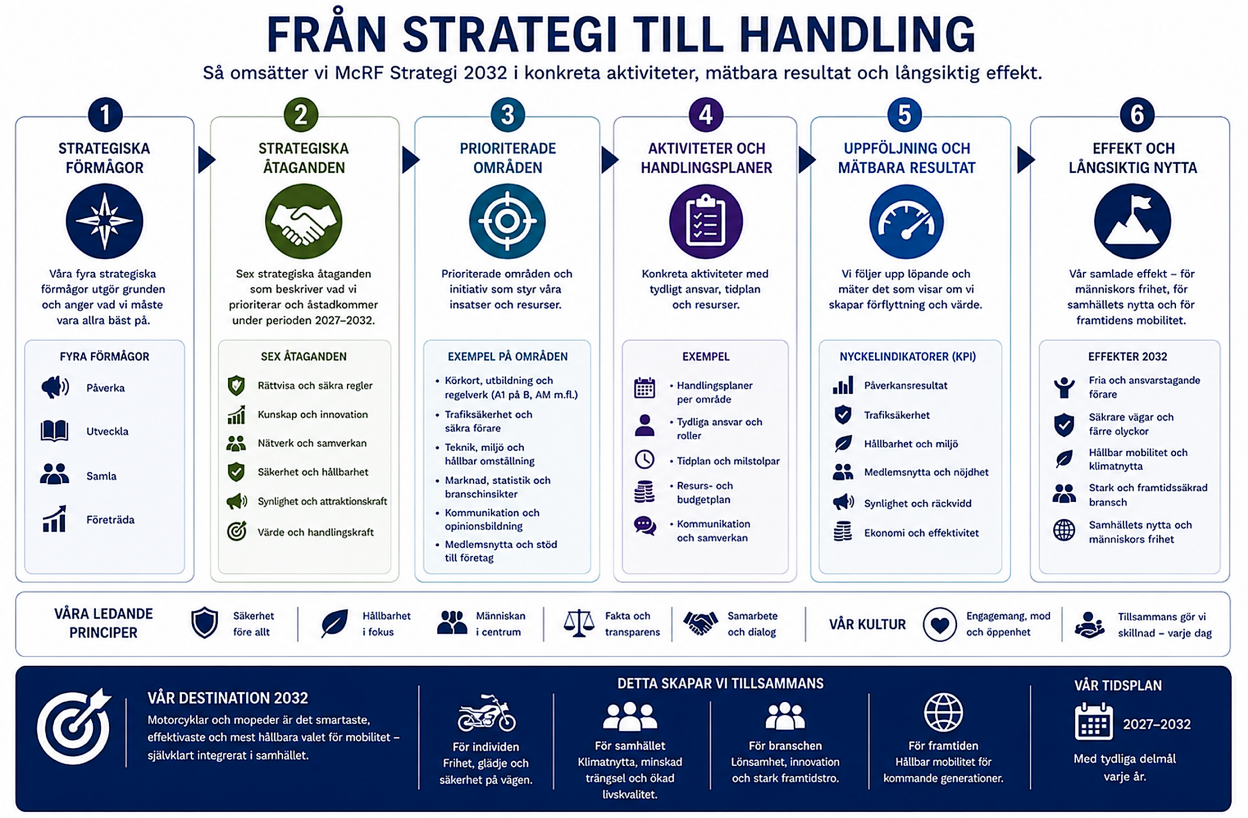
Strategin förutsätter en liten men kvalificerad organisation med förmåga att prioritera. Kansliet behöver rätt kompetens, effektiva arbetssätt och tillgång till externa specialister när det är mer ändamålsenligt än permanent bemanning. Digitala verktyg ska förenkla medlemsservice, analys, uppföljning och intern samordning.

- säkerställa kärnkompetens inom påverkan, analys, kommunikation och projektledning,
- använda partners och konsulter utifrån tydliga uppdrag och kvalitetskrav,
- utveckla ekonomisk motståndskraft och handlingsutrymme,
- bygga en lärande kultur med uppföljning och förbättring.

RESURSPRINCIP: Organisationen ska dimensioneras efter prioriterade resultat. Nya uppgifter kräver finansiering, omprioritering eller avslut av annat arbete.

Från strategi till verksamhet

Strategin får effekt först när den konsekvent styr den årliga planeringen. Verksamhetsplanen ska ange vad som ska uppnås under året, vilka insatser som krävs, vem som ansvarar och hur resultatet ska följas upp. Budgeten ska spegla strategins prioriteringar i stället för att enbart rulla historiska kostnader vidare.



Från strategi till handling – den röda tråden från mål till effekt.

Gemensam styrkedja

- Vision och mål: den långsiktiga riktningen till 2032.
- Strategiska åtaganden: de områden där McRF lovar att skapa resultat.
- Verksamhetsplan och budget: årets prioriterade mål, resurser och aktiviteter.
- Projekt och löpande arbete: genomförande med tydligt ansvar.
- Styrkort och analys: uppföljning av resultat, effekt och avvikelser.
- Lärande och omprioritering: justering av arbetssätt och kommande plan.

PROJEKTKRAV: Större projekt ska ha syfte, strategikoppling, projektägare, projektledare, tidplan, budget, uppföljningsmodell och avslutande utvärdering.

Styrelsens roll och beslutsdisciplin

Styrelsen fastställer riktning, mål, ekonomiska ramar och riskaptit. Den ska följa om organisationen utvecklas i rätt riktning och om medlemsvärdet ökar. VD omsätter besluten i verksamhet, leder kansliet och rapporterar resultat och risker. Denna ansvarsfördelning skapar både strategisk höjd och operativ handlingskraft.



Fem frågor vid varje styrelsemöte.

Styrelsens fem återkommande frågor

- Bidrar detta till McRF:s långsiktiga strategi?
- Skapar beslutet tydlig medlemsnytta?
- Har vi rätt kunskapsunderlag?
- Är resurserna rätt prioriterade?
- Har rätt resultat följts upp?

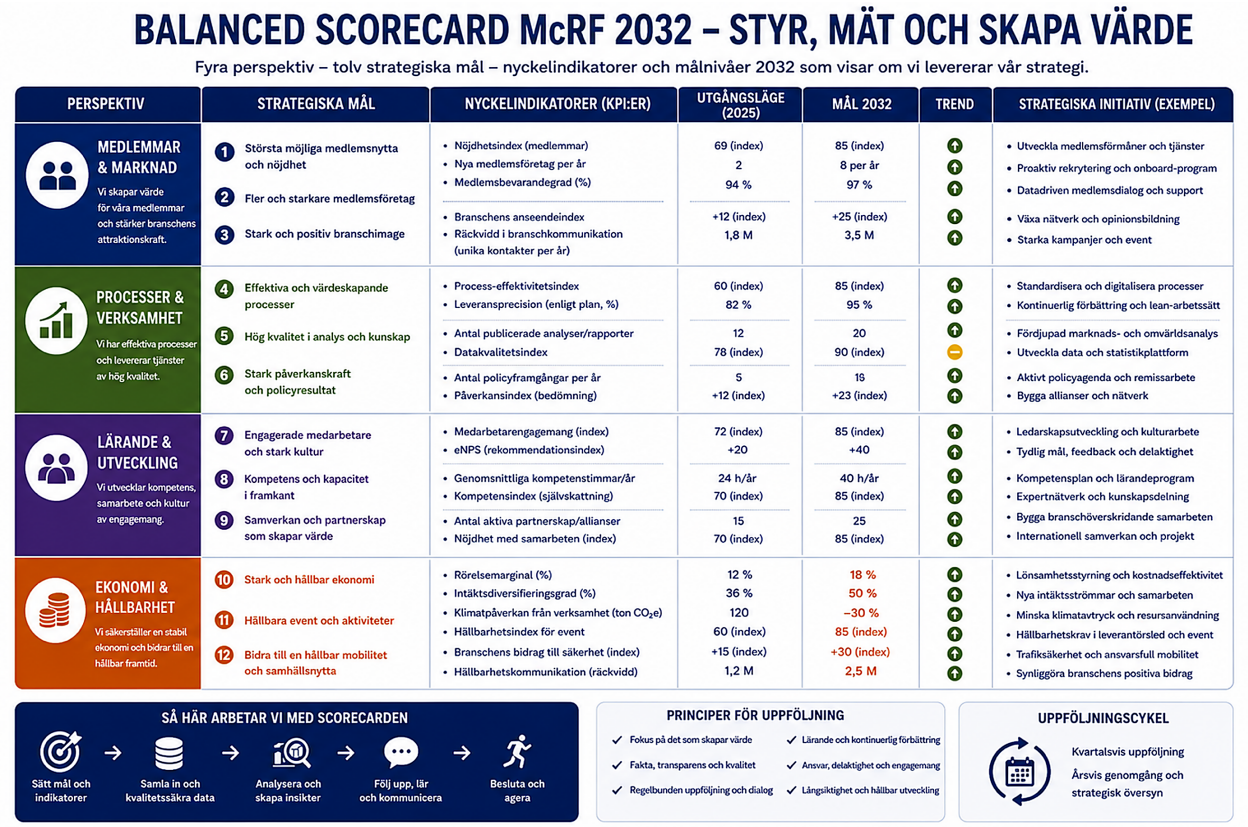
Årlig strategidialog

Minst en gång per år ska styrelsen och VD pröva omvärldsbilden, riskerna, resursbehoven och strategins fortsatta relevans. Dialogen ska handla om vägval och förmåga – inte om löpande ärenden. Strategin ändras endast när förutsättningarna motiverar det; verksamhetsplanen ska kunna justeras oftare.

GOD STYRNING: Styrelsen ska efterfråga konsekvens, prioritering och effekt. Den ska inte fylla organisationen med nya initiativ utan att samtidigt bedöma kapacitet och vad som i så fall väljs bort.

Uppföljning: balanserat styrkort

McRF ska i första hand följa vilken skillnad arbetet gör. Aktiviteter behövs som förklaring, men styrelsens huvudfråga är om medlemsnytta, påverkanskraft, kunskap, genomförandeförmåga och ekonomisk hållbarhet utvecklas i rätt riktning. Ett begränsat styrkort ger en gemensam bild utan att skapa onödig administration.



Balanserat styrkort – fem perspektiv och exempel på indikatorer.

Fem perspektiv

- Medlemsvärde: nöjdhet, engagemang, deltagande, användning och medlemsutveckling.
- Påverkanskraft: genomslag i prioriterade frågor, remisser, relationer och tidig medverkan.
- Kunskap och kommunikation: kvalitet, aktualitet, användning och extern efterfrågan.
- Organisation och genomförande: måluppfyllelse, projektleverans, kompetens och förbättring.
- Ekonomi och hållbarhet: budgetföljsamhet, resultat, likviditet, eget kapital och strategiskt resursutrymme.

RAPPORTERING: Styrelsen bör få en koncentrerad uppföljning minst tertialvis och en fördjupad årsanalys. Indikatorerna ska fastställas med utgångsvärde, målnivå, ansvarig och datakälla.

Genomförande 2027–2032

Strategiperioden bör genomföras stegvis. Tempot ska vara tillräckligt högt för att skapa synliga resultat men anpassat till organisationens faktiska kapacitet. Styrelsen behöver särskilt skydda de grundläggande förmågorna: omvärldsbevakning, analys, medlemsdialog, påverkan och uppföljning.

2027 – etablera styrningen

- fastställ baslinjer och ett begränsat styrkort,
- integrera åtagandena i verksamhetsplan och budget,
- inför beslutsfilter, riskanalys och projektmodell,
- prioritera de viktigaste påverkans- och marknadsfrågorna.

2028–2029 – bygga kapacitet och leverans

- utveckla omvärldsbevakning, statistik och medlems-PM,
- fördjupa medlemsforum, partnerskap och europeiska arbetsformer,
- skala insatser för fler förare, stärkt samhällsposition och branschutveckling.

2030–2031 – konsolidera och höja effekten

- utvärdera effekter och omfördela resurser till det som fungerar bäst,
- stärka McRF:s ställning som remissinstans och kunskapspartner,
- förbereda slututvärdering och nästa strategiperiod.

2032 – utvärdera målbilden

- bedöm måluppfyllelse, medlemsvärde och organisatorisk förmåga,
- redovisa resultat och lärdomar för medlemmarna,
- besluta om riktning efter 2032.

FRAMGÅNGSFAKTOR: Konsekvent prioritering över tid är viktigare än att starta många samtidiga initiativ.

Målbild 2032 och styrelsens beslut



Målbild 2032 – den position och förmåga strategin ska skapa.

År 2032 är McRF den självklara branschföreträdaren, en efterfrågad kunskapspartner, en respekterad remissinstans, en ledande röst för hela MC-branschen och en modern, effektiv medlemsorganisation. Medlemsföretagen upplever att medlemskapet ger bättre beslutsunderlag, större möjlighet att påverka, starkare marknadskunskap och effektivare samverkan.

Föreslaget styrelsebeslut

- att anta McRF Strategi 2032 som organisationens överordnade strategiska styrdokument,
- att uppdra åt VD att omsätta strategin i årliga verksamhetsplaner, budgetförslag och ett balanserat styrkort,
- att samtliga större projekt och nya initiativ ska prövas mot strategins beslutsfilter,
- att styrelsen minst årligen genomför en samlad strategidialog och riskanalys,
- att strategins genomförande och måluppfyllelse redovisas till medlemmarna.

GEMENSAMT ÅTAGANDE: Strategin lyckas när styrelse, kansli och medlemsföretag håller fast vid samma riktning, bidrar med kunskap och prioriterar det som skapar störst långsiktigt medlemsvärde.