



Välkomna!

WWFs Ekonomiska Forum 2026

(start kl 15.00)

Med stöd från **FORMAS**



Program

WWF's
Ekonomiska
FORUM
2026

- 15:00 Tänka nytt kring välstånd
- 15:10 Från insikt till handling
- 15:45 Naturen stärker affären
- 16:10 Bensträckare
- 16:15 Kapitalets roll i omställningen
- 16:35 Omröstning: medskick från talare
- 16:40 What is to be done?
- 17:00 Avslut & mingel

Videohälsning från Martin R. Stuchtey – Grundare av The Landbanking Group & Professor Innsbruck University





Från insikt till handling

WWFs Ekonomiska Forum 2026



Vad finns det för möjliggörare för en positiv tippningspunkt?



Elin Larsson

Avdelningschef Transformation & Samarbete
WWF Sverige



Carl-Erik Lagercrantz

CEO Vargas Holding, industriell entreprenör
& investerare

Program för WWFs första officiella möte i Stockholm 1971

Brev från Dr. S. Schweizer när Marcus (Dodde) Wallenberg gick med i WWF Internationals "Board of International Trustees"



S. Wahlberg
6.5.1971

Bil. 2

Förslag

Program vid
WWF:s första officiella möte i
Stockholm 25.9.1971

1. Hälning av WWF Sveriges ordförande
2. Hans Maj:t Konungen eller H.K.H. Kronprinsen
3. Vad är WWF?
 - a) Från Bernhard eller Peter Scott
 - b) M. Wallenberg, som varit med från den internationella fondens början
4. Samverkan mellan WWF och
 - a) de statliga naturvårdsorganisationerna
Valfrid Paulsson eller Ingemund Bengtsson
 - b) de frivilliga naturvårdsorganisationerna
Gösta Wallin
5. "Här behövs WWF"
film, förebilder, korta anföranden (5 min) om unika upplevelser i hotade områden el. likn. av t.ex.
Sten Bergman
Christer Persson
Erik Isaksson
Edvin Nilsson
Bertil Haglund
Nils Dahlbeck
Sven Gillsäter
Nils Linnman
Anders Erik Malm
Jan Lindblad
Alf Johnels
Gunnar Brusewitz
Peter Scott avslutar punkt 5 (om möjligt)
6. Ordföranden tackar.
7. I anslutning till uppmaningen en foto- och konstutställning, där vederbörande skänker sitt stöd, vilket åsätts ett minimipris. Det får sedan förvägas av den som lämnar högsta anbud. Föreningen Naturfotograferna N har förklarat att de är beredda överväga ett sådant arrangemang.

Speaker: generalsekreteraren

Lokal: Konserthuset, lilla salen eller stor biograf

Inträde gratis, utträde minst 5.-.

SWISS BANK CORPORATION

THE CHAIRMAN OF THE BOARD

Basle, 25th July, 1966

Mr. Marcus WALLENBERG
Vice Chairman of the Board
STOCKHOLMS ENSKILDA BANK
Stockholm

Dear Marcus,

re : WORLD WILDLIFE FUND

With reference to our conversation in your beautiful home in Stockholm when you very kindly accepted to join the Board of International Trustees of the WORLD WILDLIFE FUND, I have now pleasure in sending you a file of various documents prepared by our Secretary, Dr. F. VOLLMAR, pending your formal election which has now been submitted to the Executive Council and which will ultimately be confirmed to you direct by H.R.H. The Prince of the Netherlands in his capacity as President of the Fund.

I need scarcely say that everybody is most happy that you agreed to become one of the International Trustees and I, personally, am grateful that you did so and hope that you will derive some satisfaction from the work and efforts of this organization.

With kindest personal regards, I remain,

Yours very sincerely,

Dr. S. Schweizer

*under separate cover



Ägarperspektivet – värde, natur och en framtidssäkrad affär



Peter (Poker) Wallenberg Jr

Ordförande i Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse
5:e generationen Wallenberg



Siri Sachs

Styrelseledamot Wallenberg Investments
6:e generationen Wallenberg

WWFs årsmöte på Täckå Udden 24 maj 1976



Kung Carl XVI Gustaf & Marcus (Dodde) Wallenberg

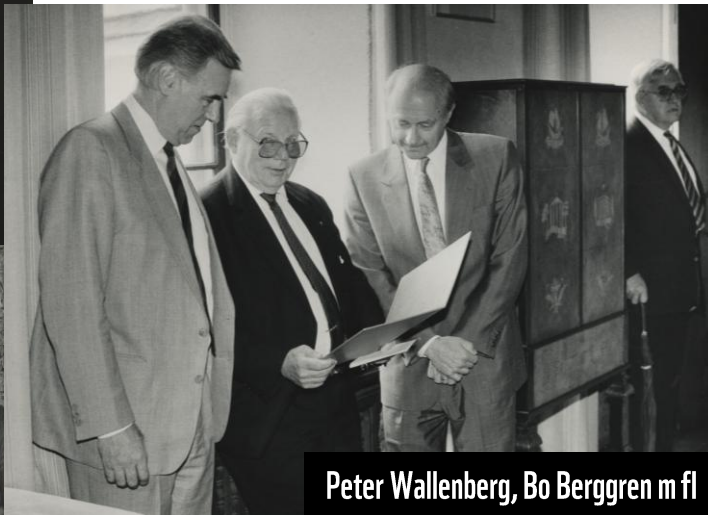
WWF-dagen i Stockholm



Marcus (Dodde) Wallenberg



Peter Wallenberg, kung Carl XVI Gustaf, Bo Berggren, prins Philip, Duke of Edinburgh, Sven von Holst m.fl.



Peter Wallenberg, Bo Berggren m fl



Från insikt till handling – medskick från talare

- **Skapa rätt förutsättningar för en konkurrenskraftig omställning**

Finansiell resiliens, långsiktigt ägande, storskalighet, samt regulatorisk förutsägbarhet är grundläggande i nästa generations hållbara industriutveckling.

- **Utveckla produkter för framtidens marknad**

Från riskminimering till "Impact by design". Framtidens premiumprodukter måste vara så fossilfria och cirkulära som möjligt från grunden.

- **Sätt vetenskapliga mål för både klimat och natur**

Företag och investerare måste gå bortom att bara mäta CO2e. Redan idag bör näringslivsaktörer börja implementera vetenskapligt baserade mål för naturen (exempelvis SBTN).

- **Integrera naturens roll i kärnverksamheten**

Ekosystem och klimat är inte frågor vid sidan av verksamheten, utan grundläggande förutsättningar för att företag ska kunna skapa värde över tid.

- **Utmana bolagets resiliens i styrelserummet**

Styrelsens viktigaste fråga är inte bara lönsamheten idag, utan hur robusta vi är imorgon. Vi måste ställa oss frågan: Bygger våra beslut resiliens för nästa kvartal eller för nästa generation.

- **Investera i forskning och kunskap**

Vi kommer upptäcka saker vi inte letat efter. Framtidens lösningar börjar med människors nyfikenhet. Genom att investera i fri forskning kan vi skapa förutsättningar för att lösa morgondagens utmaningar och stärka förmågan att använda den kunskap som redan finns.

- **Utveckla lösningar tillsammans**

För att möta framtidens klimat- och naturutmaningar behöver vi samla hela samhällets gemensamma kraft. När näringsliv, akademi, offentlig sektor och civilsamhälle samarbetar kan vi utveckla nya lösningar och säkerställa att de kommer till användning och skapar långsiktigt värde för kommande generationer.



Naturen stärker affären

WWFs Ekonomiska Forum 2026



Harsh Sheth

Senior manager, Transformative partnerships
WWF Sverige

Good intent buys you time, but doesn't change the reality

Where the effort goes today.

You are in this room because you already act.

Most of that action takes a few familiar forms, and all of them work where they are applied: at a site. Outside those sites, nature kept getting worse: rivers, forests, soils, and the plants and animals that live in them.

THE MOST COMMON APPROACHES

01 Efficiency at your own sites

Less energy, less water and safer chemicals for every unit you make.

02 Supplier engagement programmes

The same measures carried into the farms, factories, warehouses and transport that supply you.

03 Investment programmes

Money for sites and suppliers to become more efficient, and so more sustainable.

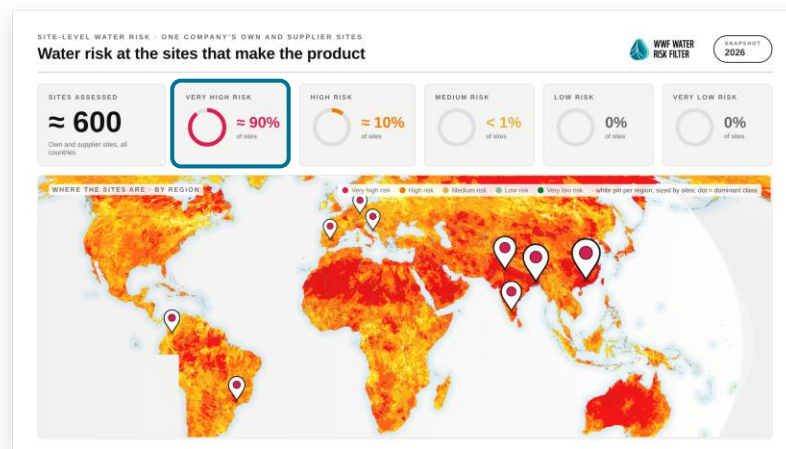
Ten years of good practice, and the locations got redder

One company, about 600 sites, ten years apart.

2016



2026

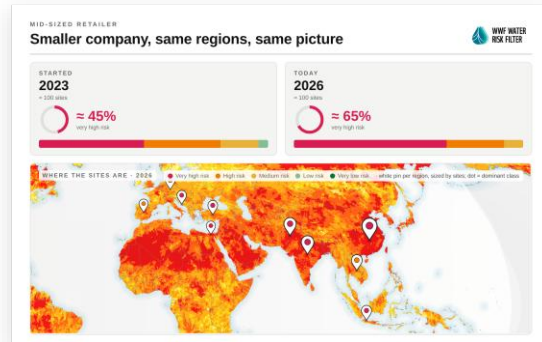


Nine in ten sites are now in the top risk class. The region itself got riskier, and whatever happened inside each site became immaterial to moving the risk back to green.

The pattern is systemic and self-repeating

Each started later, and each got redder within three years.

1 Mid-sized retailer



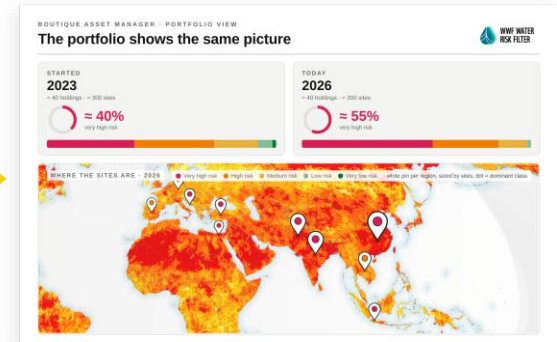
A retailer with about 120 sites in the same regions.

2 Pharmaceutical



A pharmaceutical company with mostly European sites.

3 Investor



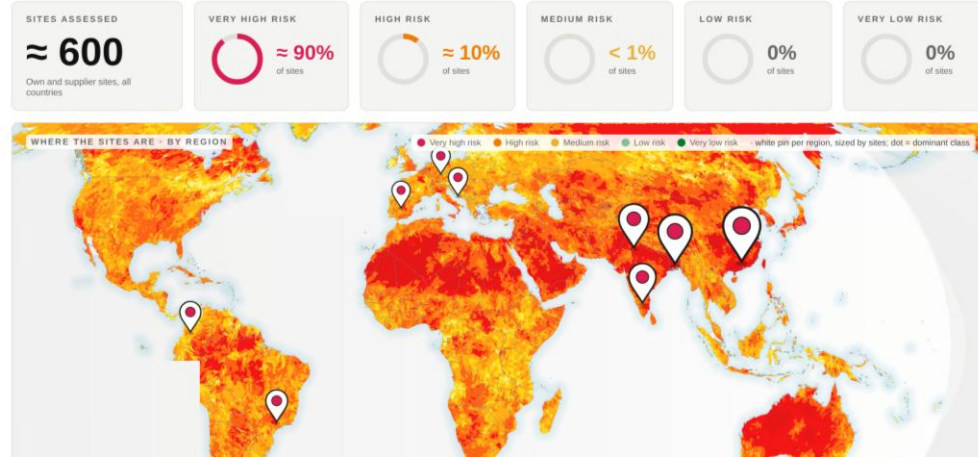
A specialised fund with about 40 holdings, counting their own and supplier sites, each site once.

Your best de-risking investment could be a farmland or a wetland

SITE-LEVEL WATER RISK - ONE COMPANY'S OWN AND SUPPLIER SITES
Water risk at the sites that make the product



SNAPSHOT
2026



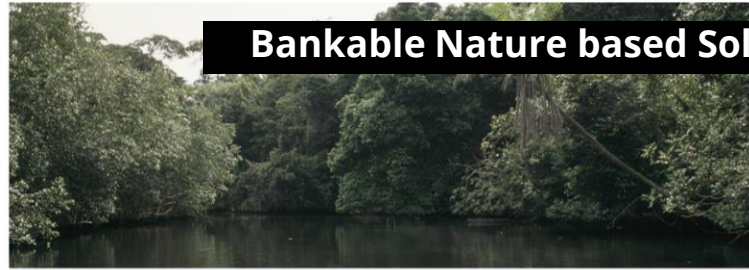
Financial impact for different scenarios and time frames

Revenue	SEK
Cost of goods sold	SEK
Gross profit	SEK
Operating expenses	SEK
Operating profit	SEK
Gross margin	%
EBIT margin	%
Operating cash flow	SEK
Investing cash flow	SEK
Financing cash flow	SEK
Valuation impact	%

Regenerative practices



Bankable Nature based Solutions





Naturen stärker affären



Petronella Berglund

Sustainability Specialist
SEB



Kim Hellström

Senior Sustainability Manager
H&M



Christina Niemelä Ström

Head of Sustainability IKEA Supply
IKEA



Naturen stärker affären – medskick från talare

- **Förstå hur verksamheten är beroende av naturen**

Genom exempelvis råvaror, vatten, mark, ekosystem och jordbruksproduktion. Inte endast rapportering. Det gör naturfrågan konkret och relevant för affären.

- **Koppla natur till resiliens och värdeskapande**

Natur bör inte bara diskuteras utifrån påverkan eller regelefterlevnad. Friska ekosystem bidrar till mer resilienta leveranskedjor, resurssäkerhet och minskade långsiktiga affärsrisker.

- **Samverka och agera bortom den egna verksamheten**

Samarbete med leverantörer, myndigheter, civilsamhälle och branschkollegor är avgörande för att driva förändring i de system som verksamheten är beroende av.

- **Integrera natur i affären**

Natur och biologisk mångfald är inte en separat hållbarhetsfråga. Den hänger nära samman med klimat, vatten, cirkularitet, mänskliga rättigheter och långsiktig affärsresiliens. För att skapa verklig förändring behöver naturperspektivet integreras i befintliga processer, beslut och prioriteringar.

- **Låt inte perfektion bli ett hinder**

Vänta inte på perfekt data eller den perfekta metoden. Utgå från den kunskap som finns idag, fokusera på de områden där påverkan och beroenden är störst, och utveckla arbetet steg för steg i takt med att kunskapen ökar. Perfektion får inte bli ett hinder för framsteg.

- **Samarbeta för att skala lösningar**

Ingen aktör kan lösa utmaningarna på egen hand. Företag, finanssektor, myndigheter och civilsamhälle behöver förstå sina respektive roller och använda samarbeten för att driva verklig förändring i värdekedjor, marknader och finansiella flöden i den skala som krävs.

- **Agera med den kunskap som finns idag**

Var inte rädda för att göra fel, det är viktigare att göra det man kan idag istället för att prata om vad man ska göra när förutsättningar ändras i framtiden.

- **Påskynda omställningen till förnybar energi**

Gör allt för att maximera stöd för förnybar elproduktion, infrastrukturen kommer att hinna ikapp.



Kort bensträckare på 5 min

WWFs Ekonomiska Forum 2026



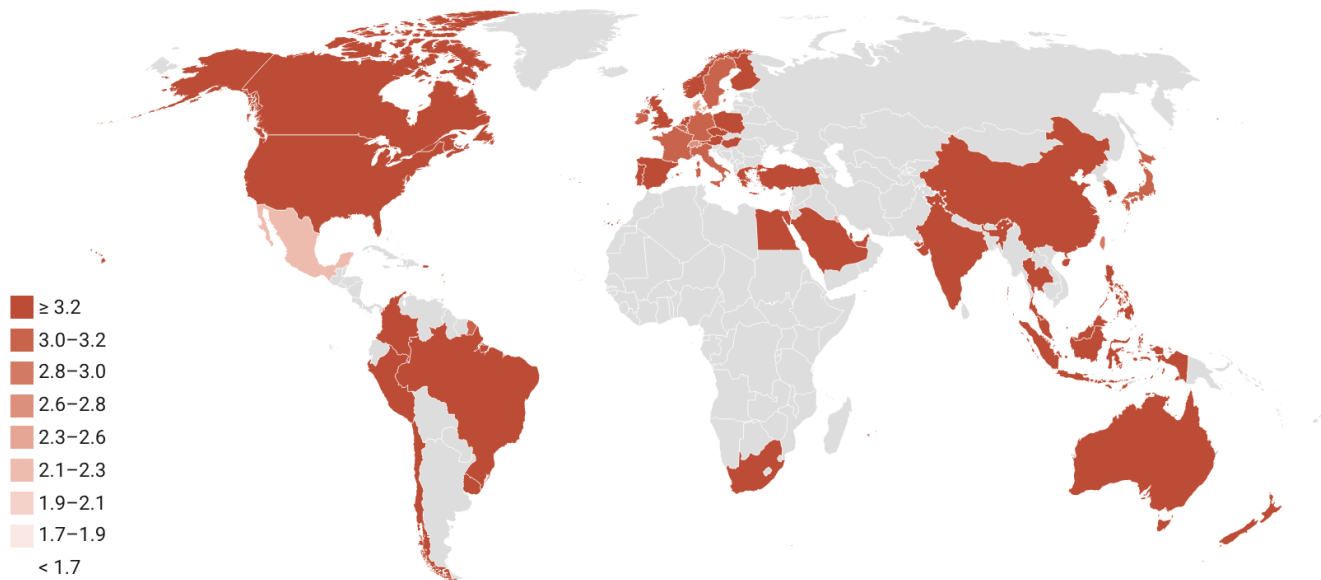
WWFs samarbeten med näringslivet



3.2°C

A global view

Mid-term Scope 1, 2 & 3 temperature scores



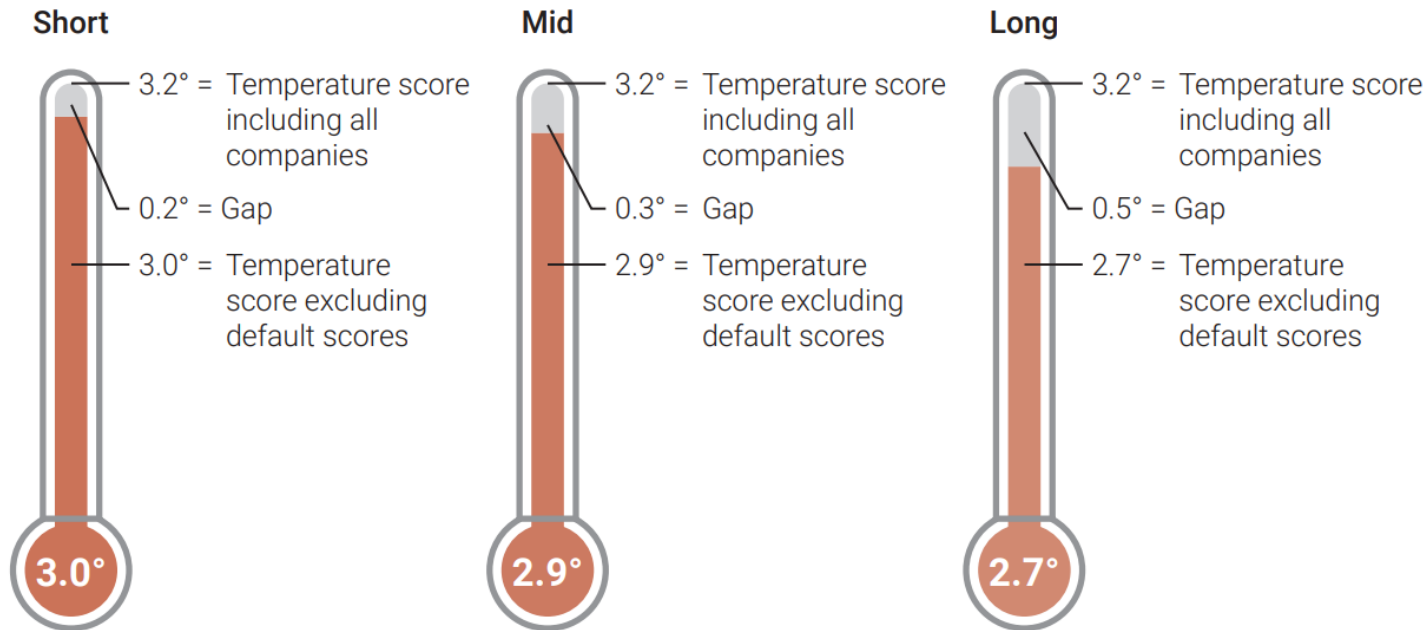
Map: Adapted from 2026 data provided by CDP, Science-based Targets initiative (SBTi), Bloomberg and WWF • Source: WWF & CDP • Created with Datawrapper

Uniform misalignment

Temperature scores (°C)

	Short term	Mid-term	Long term
Operational emissions (Scope 1 and 2)	2.9	3.0	3.1
Value chain emissions (Scope 3)	3.2	3.2	3.3
Operational & value chain emissions (Scope 1, 2 and 3)	3.2	3.2	3.2

Ambition gap among targets



Source: Adapted from 2026 data provided by CDP, Science-based Targets initiative (SBTi), Bloomberg and WWF.

Sectors across regions

APAC	3.0	3.4	3.1	3.3	3.4	2.8	3.0	3.3	3.0	3.0	3.4
Africa	2.3	3.4	3.3		3.3			3.3			
Europe	2.2	3.2	2.6	3.4	3.0	2.9	3.0	3.3	3.1	2.7	2.6
Latin America	2.9	3.4	3.1	3.4	2.9	3.3	3.2	2.8	3.4		2.7
North America	2.9	3.1	3.2	3.4	3.4	3.3	3.3	3.2	3.1	3.1	3.4
	Communications	Consumer Discretionary	Consumer Staples	Energy	Financials	Health Care	Industrials	Materials	Real Estate	Technology	Utilities

Mid-term, Scope 1+2+3 temperature score

October 2026

WWF Economic Forum



Zooming in on Financials

APAC	3.0	3.4	3.1	3.3	3.4	2.8	3.0	3.3	3.0	3.0	3.4
Africa	2.3	3.4	3.3		3.3						
Europe	2.2	3.2	2.6	3.4	3.0	2.9					2.6
Latin America	2.9	3.4	3.1	3.4	2.9	3.3					2.7
North America	2.9	3.1	3.2	3.4	3.4	3.3	3.3	3.2	3.1	3.1	3.4
	Communications	Consumer Discretionary	Consumer Staples	Energy	Financials	Health Care	Industrials	Materials	Real Estate	Technology	Utilities

**Insufficient and
absent target
ambitions for **Scope 1,
2 and 3****

Mid-term, Scope 1+2+3 temperature score

October 2026

WWF Economic Forum



Scope 3 targets are a constraint

APAC	3.0	3.4	3.1	3.4	3.4	2.7	3.0	3.3	3.0	3.0	3.4
Africa	2.2	3.4	3.3		3.3			3.3			
Europe	2.1	3.2	2.6	3.4	3.0	2.8	3.0	3.3	3.1	2.7	2.5
Latin America	2.9	3.4	3.1	3.4	2.9	3.3	3.1	2.8	3.4		2.5
North America	3.0	3.1	3.2	3.4	3.3	3.3	3.3	3.2	3.2	3.1	3.4
	Communications	Consumer Discretionary	Consumer Staples	Energy	Financials	Health Care	Industrials	Materials	Real Estate	Technology	Utilities

Mid-term Scope 3 temperature score

October 2026

WWF Economic Forum



Front-loaded targets Scope 1 & 2

APAC	2.5	2.6	2.4	2.9	2.9	2.8	2.9	3.0	3.1	2.5	3.3
Africa	1.5	3.4	2.0		2.9			2.1			
Europe	1.6	2.2	1.9	2.5	2.4	1.7	1.7	2.3	1.6	2.3	1.9
Latin America	1.5	3.0	2.6	1.9	2.3	3.0	3.3	1.9	3.4		2.6
North America	2.0	2.8	1.9	3.3	3.3	2.1	2.5	2.5	2.4	2.2	3.2
	Communications	Consumer Discretionary	Consumer Staples	Energy	Financials	Health Care	Industrials	Materials	Real Estate	Technology	Utilities

Long-term targets Scope 1+2

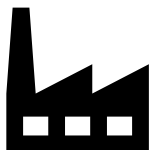
APAC	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	3.1	3.2	3.1	3.3	2.6	3.2
Africa	3.4	3.4	3.4		2.9			3.0			
Europe	2.5	3.2	2.5	2.5	3.3	2.9	2.6	2.9	3.4	3.3	2.3
Latin America	1.6	3.4	3.4	3.4	3.4	1.5	3.4	2.5	3.4		2.7
North America	3.2	3.4	3.2	3.3	3.4	3.0	2.9	3.2	3.3	2.3	3.3
	Communications	Consumer Discretionary	Consumer Staples	Energy	Financials	Health Care	Industrials	Materials	Real Estate	Technology	Utilities

Long term, Scope 1+2

Turning market misalignment into opportunities

European Consumer Discretionary

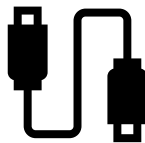
1.9°C



Scope 1

*Direct emissions from
company facilities & owned
vehicles*

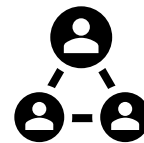
2.7°C



Scope 2

*Indirect emissions from
purchased energy*

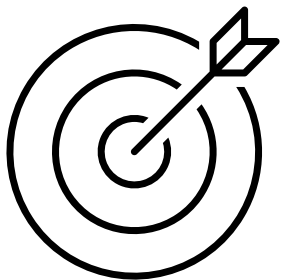
3.2°C



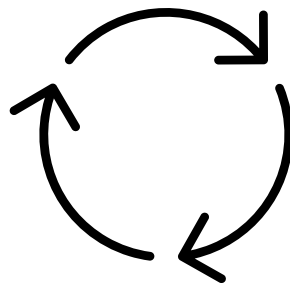
Scope 3

*Indirect emissions from
upstream and downstream of
value chain*

From market insights to action



Focus on
Paris alignment



Value-chain
targets



Inform
investments



Download report, method & tool
wwf.panda.org/itr

Donald Linderyd, WWF Sweden
Senior Project Manager Sustainable Finance
donald.linderyd@wwf.se

October 2026

WWF Economic Forum



CDP

Insights from a 3.2°C market

Turning temperature scores into action

June 2026

CDP and WWF are partnering to enable climate action for
corporates and financial institutions





Donald Linderyd
Senior Project Manager Sustainable Finance
WWF Sverige



Kapitalets roll i omställningen

WWFs Ekonomiska Forum 2026



Kapitalets roll i omställningen



Carolina Sachs

Senior Sustainability Advisor, Eidra



Marcus Svedberg

Chefsekonom, Folksam



Torbjörn Hamnmark

Senior fellow Intelligence Watch &
Founder, Charta AB



Kristin Magnusson Bernard

CEO, Handelsbanken Fonder



Kapitalets roll i omställningen – medskick från talare

- **Utveckla synen på kapitalägarrollen**

Kapitalägare med långsiktiga uppdrag (t.ex. pensionskapital) behöver säkerställa goda ekonomiska förutsättningar på sikt. Då hamnar både klimat och naturrelaterade risker i centrum.

- **Se natur och klimat som en riskfråga**

Att identifiera och hantera natur- och klimatrelaterade risker bör vara en central del av kapitalägares långsiktiga uppdrag och investeringsbeslut.

- **Använd dialog och samarbete som drivkraft**

Genom samarbete och kunskapsutbyte kan kapitalägare stärka sin förmåga att hantera gemensamma utmaningar och driva omställningen framåt.

- **Sätt dialogen i centrum**

Dialog med företag, investerare och andra intressenter är ett av de viktigaste verktygen för att driva omställning och hantera hållbarhetsutmaningar.

- **Bygg förtroende genom transparens**

För att vara en trovärdig aktör behöver man kunna kommunicera både i frågor där svaren är tydliga och där osäkerheter fortfarande finns.

- **Fortsätt driva omställningen**

Allt är inte så mörkt som man kan få intrycket av; stora delar av näringslivet och den finansiella sektorn är fortfarande inställda på omställning och arbetar långsiktigt utifrån satta nettonollmål.

- **Våga göra svåra och långsiktiga investeringar**

En ambitiös omställning kräver mod att investera långsiktigt och fortsätta arbetet även när den politiska eller ekonomiska motvinden ökar.



Omröstning

Rangordna följande medskick utifrån vad du anser är viktigast för att accelerera omställningen

1. Integrera natur och klimat i affären
2. Utveckla produkter & lösningar för framtiden
3. Utmana bolagets resiliens i styrelserummet
4. Samverka med andra
5. Ta ett aktivt kapitalägaransvar
6. Investera i forskning & kunskap
7. Håll kursen i en osäker omvärld



Sammanfattning av medskick från alla talare

1. Integrera natur och klimat i affären för ökad resiliens och konkurrenskraft

Natur och klimat behöver integreras i allt från riskhantering och strategiska beslut till verksamhetsutveckling. Det kräver förståelse för hur verksamheten och värdekedjan påverkar och är beroende av naturen, samt hur natur- och klimatrelaterade risker påverkar resiliens, konkurrenskraft och värdeskapande.

2. Utveckla produkter och lösningar för framtiden

Omställningen kräver investeringar i forskning, innovation och produktutveckling för att utveckla lösningar som är fossilfria, cirkulära och stärker konkurrenskraften och möter såväl dagens och framtidens utmaningar.

3. Utmana bolagets resiliens i styrelserummet

Styrelsens viktigaste fråga är inte bara lönsamheten idag, utan hur robusta vi är imorgon. Vi måste ställa oss frågan: Bygger våra beslut resiliens för nästa kvartal eller för nästa generation.

4. Samverka med andra för att driva och skala omställningen

Ingen aktör kan lösa utmaningarna ensam. Dialog, samarbete och partnerskap mellan näringsliv, offentlig sektor, akademi och civilsamhälle behövs för att utveckla lösningar och driva förändring i den skala som krävs.

5. Ta ett aktivt kapitalägaransvar

Kapitalägare med långsiktiga uppdrag behöver se natur och klimat som en central del av sitt ansvar. Genom att integrera dessa frågor i exempelvis ägarstyrning och investeringsbeslut kan de bidra till att styra kapital mot verksamheter som är rustade för framtidens utmaningar.

6. Investera i forskning och kunskap

För att kunna lösa morgondagens utmaningar och skapa robusta affärer krävs både forskning och kunskapshöjande insatser. På det viset kan vi bygga resiliens här och nu och för framtiden.

7. Håll kursen i en osäker omvärld

Omställningen kräver uthållighet, mod att fatta svåra beslut och vilja att investera långsiktigt, även i en osäker omvärld.



Jaco Du Toit
Biodiversity & Policy Manager, WWF



What is to be done?

Carolina Sachs
Senior Sustainability Advisor
Eidra

Joel Lindefors
Sustainability &
Resilience Advisor

Sasja Beslik
Chief Investment Strategy Officer
SDG Impact Japan



Resultat från omröstning

WWFs Ekonomiska Forum 2026



Sammanfattning av medskick från alla talare

1. Integrera natur och klimat i affären för ökad resiliens och konkurrenskraft

Natur och klimat behöver integreras i allt från riskhantering och strategiska beslut till verksamhetsutveckling. Det kräver förståelse för hur verksamheten och värdekedjan påverkar och är beroende av naturen, samt hur natur- och klimatrelaterade risker påverkar resiliens, konkurrenskraft och värdeskapande.

2. Utveckla produkter och lösningar för framtiden

Omställningen kräver investeringar i forskning, innovation och produktutveckling för att utveckla lösningar som är fossilfria, cirkulära och stärker konkurrenskraften och möter såväl dagens och framtidens utmaningar.

3. Utmana bolagets resiliens i styrelserummet

Styrelsens viktigaste fråga är inte bara lönsamheten idag, utan hur robusta vi är imorgon. Vi måste ställa oss frågan: Bygger våra beslut resiliens för nästa kvartal eller för nästa generation.

4. Samverka med andra för att driva och skala omställningen

Ingen aktör kan lösa utmaningarna ensam. Dialog, samarbete och partnerskap mellan näringsliv, offentlig sektor, akademi och civilsamhälle behövs för att utveckla lösningar och driva förändring i den skala som krävs.

5. Ta ett aktivt kapitalägaransvar

Kapitalägare med långsiktiga uppdrag behöver se natur och klimat som en central del av sitt ansvar. Genom att integrera dessa frågor i exempelvis ägarstyrning och investeringsbeslut kan de bidra till att styra kapital mot verksamheter som är rustade för framtidens utmaningar.

6. Investera i forskning och kunskap

För att kunna lösa morgondagens utmaningar och skapa robusta affärer krävs både forskning och kunskapshöjande insatser. På det viset kan vi bygga resiliens här och nu och för framtiden.

7. Håll kursen i en osäker omvärld

Omställningen kräver uthållighet, mod att fatta svåra beslut och vilja att investera långsiktigt, även i en osäker omvärld.

Resultat från omröstning

WWFs Ekonomiska Forum



Rangordna följande medskick utifrån vad du anser är viktigast för att accelerera omställningen





Vad blir ditt nästa steg?

Är du intresserad av att bidra till att påskynda omställningen tillsammans med WWF?

Hör av dig till Elin Larsson

elin.larsson@wwf.se

Nu är det dags för mingel!