

NÄRINGSLIVSORGANISATIONERNA HAR ETT STORT ANSVAR FÖR BYGGANDET AV VARUMÄRKET VÄRMLAND

Värmland syns för lite i riksmidia. Och näringslivet saknar en stark profil. Som Stefan Holm. Det konstaterar företaget Observer Sverige AB i sin undersökning om hur länet speglas i risktäckande media. Vidare visar undersökningen att publiciteten kring Värmland har ökat, främst i Dagens Industri. Framförallt är det näringslivsfrågorna som fått betydligt större utrymme, där positiva affärsnyheter om nyetableringar och stororder dominerar tillsammans med positivt vinklade företagspresentationer. Ett faktum som vi förstås ska vara mycket nöjda med. Men, konstateras i rapporten, det värmländska näringslivet spretar och det saknas ett tydligt "flaggskepp". Värmland saknar helt enkelt ambassadörer på riksnivå, något som Observer Sverige AB påpekar är mycket viktigt, inte minst då det gäller att bemöta negativ opinionsbildning. Jag håller med. Till hundra procent. Positiva, starka och framstående ambassadörer behövs. Ingen tvekan om den saken. Men jag är däremot inte säker på, faktiskt uttalat tveksam till, att det är enskilda företag eller företagsledare som ska axla manteln som ambassadörer för Värmland. Företagen har annat att syssla med. Ökad produktivitet. Tillväxt. Kompetensförsörjning. Utveckling. Ibland till och med överlevnad. Listan kan göras lång. Därför kan man inte kräva eller förvänta sig, att våra företagsledare ska upp på barrikaderna och förutom att driva företaget framåt, uppåt och vidare, även ska stå i rampljuset som värmländska flaggskepp. Det är ju istället här som vi näringslivsorganisationer kommer in i bilden. Det är här vi måste ta ansvar. Det är här vi måste prioritera, agera och låta byggandet av varumärket Värmland bli en viktig fråga på agendan.

Handelskammarens styrelse har nyligen presenterat de fem påverkanspunkter, som vi kommer att koncentrera och fokusera arbetet kring de kommande åren. Varumärket Värmland finns givetvis med bland dessa punkter. Som näringslivsorganisation förser våra medlemsföretag oss ständigt med fantastiska pusselbitar till byggandet av länets varumärke. De gör det genom att skapa tillväxt, genom att hålla sig långt framme i respektive bransch, genom att visa upp kompetens och innovativt tänkande. Och så vidare. Men återigen, det är sedan inte de enskilda företagens ansvar att foga samman bitarna till ett briljant Värmlandsmotiv. Där måste de istället kunna kräva att näringslivsorganisationerna agerar. Tar ansvar. Och pusslar. Det är ett pusselbyggande som vi måste avsätta tid och resurser för. Ett pusslande, där näringslivet måste kunna lita på att vi verkligen arbetar. Handelskammaren är i full gång. Det lovar jag, Jag hoppas att detsamma gäller länets andra näringslivs- och intresseorganisationer. Tillsammans måste vi ta ett stort och målmedvetet ansvar för att få Värmlandsmotivet att växa fram. Pusselbit för pusselbit.