

Karlstad 22 oktober 2020

Så mår företagen i Värmland:

Vad är viktigast inför 2021?

Vid sju tillfällen sedan i mitten av mars 2020 har vi genom en sammanställning, som baserats på personliga samtal med över 1300 företag, berättat om hur företagen i Värmland mår. Hur det går. Och vad de trott om framtiden. Erfarenheten från dessa samtal är att de flesta valt att fokusera på nuläget. Att förutsättningarna många gånger heller inte gett utrymme för något annat. Sedan i somras har vi upplevt fler positiva signaler och att planeringshorisonten nu är längre. Därför har vi denna gång, i den åttonde upplagan av *Så mår företagen i Värmland*, valt att, för i alla fall en stund, flytta fokus från här och nu till att istället fråga företagen om vad de anser vara viktigast inför 2021. Utifrån deras respektive verksamheter och horisonter.

Den här versionen bygger på röster från 70 företag fördelade på olika branscher och olika storlekar. En ytterligare skillnad från tidigare sammanställningar är att vi denna gång inte ger en nulägesbild just utifrån branscher. Vi ser att många av de frågor som pekas ut som viktiga inför 2021 löper horisontellt, eller inte direkt kan förknippas med en bransch och röster från de olika branscherna samlas därför inom olika teman.

Sex teman som på inget sätt är fristående från varandra utan som tillsammans adderar och växeldrar och där vissa fakta och citat därför ibland kunde placerats under en annan rubrik.

Ledarskap, hållbara medarbetare och mående

Efter att många under en tid fått springa fort, ställt om, växlat upp, bromsat in och behövt fokusera på här och nu, identifierar många att det viktigaste 2021 är att fokusera på medarbetarna. På deras mående och motivation. Detta genom ledarskapet, förutsättningarna för distansarbete och trygga och säkra arbetsplatser. Samt strategier för att kunna planera sin bemanning utifrån medarbetares sjukdom men också vid vård av barn.

- **De tillverkande företagen** lyfter vikten av säkra arbetsplatser och att medarbetare håller sig friska, då ju stora delar av exempelvis produktionen inte kan genomföras på distans.
- Röster från **byggföretagen** pekar på vikten av att kunna planera bemanningen utifrån medarbetare som själva är sjuka eller vårdar sjuka barn. För att behålla medarbetare lyfter man också vikten av att jobba strategiskt för att behålla attraktiviteten som arbetsgivare i konkurrens med andra arbetsgivare inom samma bransch.
- Flera branscher poängterar behovet av bibehållen produktivitet och samtidigt hålla företagskultur och kärnvärden levande.
- Fortsatt utveckling av att leda på distans och digitala möten identifieras som angeläget.

- Motivation och gruppdynamik är alltid aktuella ämnen som behöver arbetas med kontinuerligt, inte minst i osäkra tider.
- Några **teknikkonsulter** lyfter arbetsmiljöfrågan som den allra viktigaste kopplat till distansarbete som kan resultera i möjlig psykisk ohälsa. Detta gäller särskilt unga som arbetar hemma.
- Flera nämner behovet av att hitta modeller för hur företagen ska kunna värna om sina medarbetare kopplat till stress och ergonomi även om de sitter utspridda.
- Vikten av att vara en attraktiv arbetsplats för att behålla och attrahera erfarna och kompetenta medarbetare löper som en röd tråd bland de flesta av företagsrösterna.

Kompetens

Att skapa utvecklingsmöjligheter för medarbetare genom utbildning, för att möta nya affärsmöjligheter och den omställning som skett. Att bland företag som gått starka genom de senaste månaderna behöva rekrytera nya medarbetare med spetskompetens och erfarenhet. Och om den kompetens som riskerar att under en period gå förlorad, då många av våra unga i dessa tider hamnar utanför arbetsmarknaden. Det lyfter företagen som viktigt kopplat till kompetens.

- **IT-företag** säger att kompetensförsörjningen kommer att vara den viktigaste frågan inför 2021. Spetskompetens och seniora konsulter lyfts särskilt fram. Vikten av att lösa kompetensbristen lyfts även fram av exempelvis **banker, revisions – och försäkringsbolag, bilförsäljare, byggföretag och åkerier**.
- I den **tillverkande industrin** ser man att det kommer behövas internutbildning, då nya jobb, via snabb digitalisering och programmering, skapats som kräver annan kompetens. **“Vi vill behålla vår personal men klä på dem mer kunskap”**.
- Våra ungas situation, kopplat till kompetensförsörjningen, att många riskerar att hamna utanför arbetsmarknaden, när branscher som sysselsätter många unga går sämre och färre nyrekryteringar sker. Att uppmärksamma och på olika sätt göra något åt det. Det identifierar väldigt många av företagen som viktigt, oavsett vilken bransch man själv verkar inom.

Investeringsvilja, likviditet och vikten av fortsatta stöd

Vikten av satsningar. Såväl privata som offentliga. Investeringar som sätter fart på ekonomin och samtidigt skickar viktiga signaler om framtidstro och mod. Att undvika likviditetsbrist om stöden försvinner och därmed vikten av fortsatta stöd för bolag som tappat och tappar omsättning.

- **Sällanköphandel** som exempelvis bygg – och inredningsvaruhus poängterar att det är viktigt att både offentliga och privata fastighetsägare fortsätter att satsa och genomför planerade projekt.
- De **tillverkande företagen** lyfter vikten av att våga satsa och växa trots svårigheten att greppa marknaden. Flera är beroende av sina kunders investeringsvilja för att själva våga investera.

Fortsättning Investeringar, likviditet och vikten av fortsatta stöd

- Röster från **underleverantörer** till industrin identifierar investeringar inom industrin som viktiga då dessa “föder och göder i så otroligt många led.”
- Vikten av att investera i arbetsmiljö och i sina medarbetare lyfts från **konsulter inom ledarskap**.
- Oron kring den fortsatta likviditeten är stor hos många företag inom **besöksnäringen** och vikten av att lösa den är central och starkt kopplad till möjligheter för fortsatta bidrag under 2021. Parallellt lyfts vikten av att fortsatt driva frågan om att besöksnäringen är en basnäring och att ett stort antal unga drabbas när branschen går kräftgång. Även från företag som inte är inom besöksnäringen ser man vikten av att alla jobbar tillsammans för att besöksnäringen ska må bra, då många olika typer av företag är beroende av den.
- Likviditetsfrågan lyfts även av flera kopplat till deras kunders framtida betalningsförmåga.
- Många oroar sig över vad som händer när/om stöden, och då främst möjligheten till korttidsarbete, fasas ut och pekar främst på konsekvenser för de anställda.

Signalerna om när samhället och gränserna öppnar igen

Vikten av att kunna lyfta blicken än mer och planera långsiktigt lyfts av många som oerhört stor. Att Folkhälsomyndigheten och Regeringen ger ett riktmärke om när samhället börjar öppna upp igen kopplat till exempelvis event. Även gränsers öppnande i allmänhet och Norges i synnerhet pekas ut och kopplat till detta lyfts förutsättningar kring resande och möjligheten till såväl inrikes- som utrikesresor.

- **Företag inom ljus, ljud, teknik – och event** menar att besked kring när ett större antal personer kan besöka event igen krävs för att de ska kunna planera sin fortsatta verksamhet. Samt ser det som absolut nödvändigt att möjligheten till fortsatta permitteringsmöjligheter och omställningsstöd fortgår.
- **Tillverkande företag med installations – och serviceuppdrag** pekar på vikten av att få bättre förutsättningar för att återigen kunna resa och möta kunder och partners, men också att utveckla rutiner och lösningar för att hantera avsaknaden av resor om möjligheterna fortsatt blir begränsade.
- **Gränshandlare och deras leverantörer** exempelvis **grossister** är direkt beroende av en långsiktighet kring den norska gränsen.
- **Restauranger och konferensanläggningar** uppger att en tydlighet kring hur man kan samla ett större antal människor i samband med event, utan att det finns utrymme för att kunna göra egna tolkningar av rekommendationer och regler, är absolut central.

Affärsutveckling

Nya förutsättningar har skapat utmaningar men också möjligheter. Här lyfts vikten av att finna nya marknader, nya segment och nya kunder. Och att komma igång med försäljningen och att kunna mötas fysiskt igen.

- Företag som arbetar med **persontransporter**, en bransch som väldigt tidigt blev drabbad och fortfarande är det, uppger vikten av att fortsätta omställningsarbetet med att finna nya tjänster och kunder inom exempelvis godstransporter.
- Från **besöksnäringen** nämner man fortsatt fokus på hemester med ytterligare marknadsföring och en utveckling av erbjudandet för att nå nya målgrupper och få fler svenska resenärer att upptäcka Värmland som besöksmål. **Hotellen** betonar vikten av att finna nya marknader och målgrupper när kongresser och stora möten försvunnit och affärsresandet kraftigt minskat.
- Att bli ännu snabbare och hinna med i den stora marknadsutvecklingen och att fort kunna utöka utbudet när den ökade digitaliseringen medfört nya möjligheter. Det säger en **reklambyrå** är allra viktigast.
- Några **mäklare** ser fortsatt utveckling av digitala verktyg för visningar och annat som viktiga.
- För företag inom **livsmedelsindustrin** handlar det om att möta upp trenden med medvetna konsumenter, som ställer högre krav på hållbara produkter, genom utveckling och att i än högre grad marknadsföra och berätta om det lokala och hållbara.
- "För oss är det viktigt att vara proaktiva, hålla god kontakt med befintliga kunder och anpassa vår verksamhet efter rådande läge" säger ett företag men essensen av innehållet i den meningen finner man i många av företagsrösterna.
- Samarbeten lyfts fram som viktiga. Fortsatta sådana då det hittills under pandemin funnits en hög grad av förståelse och ödmjukhet inom de flesta branscher. Sannolikt för att ingen har kommit undan – det har slagit i alla led. Förhoppningsvis kvarstår denna förståelse vilket i förlängningen kommer att leda till nya lösningar och samarbeten.
- Ett **åkeri** poängterar vikten av att skapa en lönsam och hållbar affär i en mogen och väldigt konkurrensutsatt bransch.
- Hos såväl **banker, försäkringsbolag och redovisningsbyråer** betonas vikten av att snabbare ställa om till det nya nuläget i form av egen digitalisering men också att hjälpa sina kunder att bli mer digitala. Att finnas med som en partner under oroliga tider.
- Företag som tidigare sålt och marknadsfört sina produkter via kanaler som mässor och besök lyfter vikten av att utveckla webshopar och utöka sin digitala marknadsföring.
- Att utveckla digitala plattformar för lärande då fler söker sig till digitala utbildningar och kraven på desamma höjs menar en **utbildningsleverantör** är vitalt.

Attraktivitet och tillväxt

Att fler företag etablerar sig. En attraktiv region och attraktiva kommuner. Stadsutveckling och centrumutveckling. Den mellanstora stadens fördelar. Hållbarheten, kompetensen och infrastrukturen lyfts som verktyg.

Fortsättning Attraktivitet och tillväxt

- Ett industriföretag formulerar att “För tillväxt krävs att vi långsiktigt etablerar oss som en attraktiv ort att etablera sig på” Även röster från andra branscher, ett **rekryteringsföretag** bland andra, lyfter vikten av bra skolor, ett brett föreningsliv och kommunikationer som gör att människor vill bosätta sig här.
- För **fastighetsägare** och **butiker i citylägen** är attraktiva centrum, som lockar besökare till såväl upplevelser som till att besöka butiker, av största vikt.
- Utveckling av IT-infrastrukturen pekas ut av flera, då många företag och individer har upptäckt fördelarna med distansarbete, något som för att det ska fungera bra kräver snabb och stabil uppkoppling.
- Från **byggföretagen** hörs **röster om** behovet av snabb hantering av olika typer av tillstånd hos kommunerna för att möjliggöra snabbare byggnationsprocesser.
- För flera **företag inom transport – och logistik** är en fortsatt utbyggnad av BK4 en absolut förutsättning.
- Utannonserade offentliga anbud anses viktigt.
- Att Värmland i stort blir bättre på hållbarhet. Minskade sjuktal och höjda utbildningsnivåer.