

Utvecklingsstrategi för ett attraktivt Upplands Väsby 2007–2015

Viljetryckning och inriktning för att stärka näringslivets förutsättningar



Foto: Mikael Folmer

Programmet har diskuterats fram och fastställts av ett 30-tal representanter från näringslivet och markägare, UVPs styrelse, politiker och tjänstemän i kommunen, NyföretagarCentrum, Stockholms Handelskammare samt Företagarna.



Globaliseringen skapar nya möjligheter inom många områden i samhället. Särskilt märkbart är detta i näringslivet. Det blir alltmer påtagligt att företagen, särskilt de internationella, bedriver och förlägger sin verksamhet till platser där de bästa förutsättningarna för den egna verksamheten finns. Det innebär att konkurrensen om företag, människor och kapital har ökat, inte bara mellan länder och företag, utan också mellan regioner och kommuner.

Det ställer krav på att det blir tydligt vad Upplands Väsby har att erbjuda för att vi ska vara en attraktiv plats att bo, arbeta och driva företag på. Det stärker dessutom företagens möjlighet att kunna behålla och rekrytera efterfrågad arbetskraft. Det är också en angelägenhet för både kommunen och företagen för att få fler medarbetare och ledning att bosätta sig här.

Regionens bästa läge

Stockholmsregionen har goda förutsättningar att bli en region i världsklass. För att den visionen ska bli verklighet och få genomslag samarbetar Upplands Väsby med 44 kommuner i Stockholmsregionen kring varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia. Det handlar framförallt om att få fler internationella

investeringar till regionen och att skapa ett gemensamt arbetssätt kring både marknadsföring, bearbetning och mottagningservice.

Men det är i huvudsak lokalt som detta utvecklingsarbete måste genomföras. Upplands Väsby har här ett synnerligen bra utgångsläge. Ett av landets bästa företagsklimat, närheten till stad och land med ett av regionens bästa geografiska läge, ett internationellt och mångfacetterat näringsliv och inte minst en redan etablerad gemensam organisation för samverkan mellan privata och offentliga aktörer – Upplands Väsby Promotion, UVP. Med gemensamma insatser inom ett antal identifierade områden har arbetet med att vidareutveckla Upplands Väsby:s attraktivitet och ”sätta Väsby på kartan” startat.

Platsen för färgstarka människor och företag

Erfarenheterna visar att det som skiljer en kommun från en annan är människornas vilja och förmåga till samverkan. Här har Upplands Väsby ett bra försprång med en entreprenörsanda med många färgstarka människor och företag som bidrar till att sätta Väsby på kartan. Inte minst gäller detta inom näringslivet, markägare och kommunen där dialogen över det vi vill förbättra ständigt förs

i olika sammanhang. Nu bygger vi vidare på detta för att med ett gemensamt partnerskap kunna förverkliga och finansiera det vi är överens om och skapa värde för varandra.

Första steget togs den 1-2 oktober 2007 då ett 30-tal personer träffades för att diskutera hur Upplands Väsby kan stärkas som näringslivskommun. De utmaningar som dialoggruppen kom till att vi står inför har sammanfattats i denna utvecklingsstrategi.

Huvudområdena i utvecklingsprogrammet är:

1. Lokal utveckling och tillväxt

- Företagsklimatet
- Kommunens service
- Besöksnäringen

2. Lokal attraktivitet

- Utveckling av platsen
- Marknadsföring av platsen

3. Lokal samverkan

- Få fler företag att delta
- Gemensamt partnerskap

Så mäter vi resultatet

UVP fungerar som koordinator för den fortsatta processen med att förverkliga ambitionen med utvecklingsstrategin. Vilka konkreta åtgärder som ska genomföras inom respektive huvudområde ska framgå av den åtgärdsplan som ska tas fram. I den ska det också framgå hur vi kan mäta att de konkreta åtgärder som genomförs leder till önskvärda förändringar.

Den grupp som står bakom denna utvecklingsstrategi har ett gemensamt ansvar för att de åtgärder man är överens om också genomförs. Uppföljning kommer att ske en gång om året.

Ytterst är det attityden och beteendet hos människorna och företagen som avgör om våra ansträngningar bidrar till att fler människor och företag väljer Upplands Väsby. UVP kommer därför fortlöpande att följa upp utvecklingen av det fortsatta arbetet och kommunicera det till invånare och företag.



– Vi tar gemensamt ansvar för att de åtgärder vi är överens om genomförs, säger representanter för politiker och tjänstemän från kommunen, markägare, UVPs styrelse och intresseorganisationer.

1. Lokal utveckling och tillväxt

Kommunens betydelse för utvecklingen av det lokala näringslivet ska inte underskattas. En positiv inställning till företagandet bidrar till att det skapas fler företag lokalt och att befintliga utvecklas och växer. Erfarenheter visar dessutom att företag utvecklas bäst i kommuner med ett bra företagsklimat. De insatsområden som identifierats är:



Första spadtaget till nya företags-etableringar vill vi se mer av i Väsby.

Företagsklimatet i topp

Upplands Väsby är redan idag känd som en kommun med bra företagsklimat. För att ytterligare förstärka detta behöver vi dock bli bättre inom några prioriterade områden.

För att öka Väsby's attraktivitet för nya företagsetableringar, både svenska och utländska, bör en gemensam bild identifieras över vilka företag som bäst passar i Väsby.

Intresset för att bygga i egen regi har ökat. För att kunna svara upp mot efterfrågan behöver vi få fram byggbar mark för nya företagsetableringar utifrån företagets behov.

Kommunens service till företagen ska bli regionens bästa

Det är angeläget att kommunens tjänstemän har förståelse för företagets villkor och att kontakterna präglas av

en positiv och uppmuntrande attityd. Samverkan mellan företagen och berörda förvaltningar behöver utvecklas för att kommunen som myndighet ska kunna möta de behov och önskemål som företagen har för att kunna utveckla sitt företag.

Besöksnäring med internationell karaktär eftersträvas

För att locka fler besökare till Väsby och därmed öka besöksnäringen behövs ett prestigeprojekt av internationell karaktär. Det skulle innebära nya möjligheter för fler företag i en bransch som ligger i tiden och dessutom skapa fler arbetstillfällen inte minst för ungdomar. Det skulle dessutom bidra till att förändra bilden för Väsby till en spännande och upplevelserik plats till gagn för invånare och företag.



I Väsby träffas företagare och kommunen under informella former för att lära känna varandra, skapa kontakter och ett positivt företagsklimat.

2. Lokal attraktivitet

För att marknadsföra Upplands Väsby som en attraktiv plats måste innehållet, dvs det Upplands Väsby har att erbjuda, uppfattas som trovärdigt hos de egna invånarna och företagen. För att åstadkomma det behöver olika åtgärder genomföras för att förändra det som inte fungerar så bra. De områden detta handlar om har identifierats i olika undersökningar och inte minst i olika dialoger med företag och invånare.

Öka attraktiviteten genom att:

- Utveckla platsen Upplands Väsby
- Marknadsföra den geografiska platsen Upplands Väsby

Stadskärnan

I undersökningar från 1999 framfördes önskemål om att bygga bostäder med stadskaraktär och skapa en stadskärna i de centrala delarna av kommunen. Detta arbete har därefter pågått under flera år och nu börjar den moderna småstaden i de centrala delarna ta form. För att inte tappa

fast är angeläget att detta arbete fortsätter runt stationsområdet och att man knyter ihop stadskärnan från stationen – Väsby Centrum – Vilundaparken. Området runt stationen och Vilundaparken har dessutom identifierats som kommunens viktigaste satsningar för att skapa ett attraktivt samhälle och sätta Väsby på kartan. Detta kräver förmåga att skapa något unikt som sticker ut i förhållande till andra kommuner. Gärna i samarbete med privata näringslivet.

Boendet

Företagen ser gärna att deras personal bosätter sig i Väsby för att slippa långa arbetsresor. Lika viktigt är det att få fler företagsledare att flytta hit för att få hit fler kapitalstarka människor. För att åstadkomma detta efterfrågas bl a boende i attraktiva lägen. Den inpendlarundersökning som gjorts under hösten 2007 visar att det som främst efterfrågas är bostäder i områden som är trygga och lugna, naturnära och sjönära. Främst är det omväxlande områden med varierande bebyggelse med villor,

radhus, hyresrätter och bostadsrätter som efterfrågas.

Kommunikationerna

För företagen är det angeläget att deras medarbetare snabbt och enkelt kan ta sig till och från sin arbetsplats. I den inpendlarundersökning som genomfördes hösten 2007 visade det sig att många inpendlare åker i egen bil till arbetet. Orsaken till detta beror främst på att de inte är nöjda med de allmänna kommunikationerna. Pendeltåget är bra men det behövs bättre synkronisering mellan bussarnas avgångstider och pendeltågen. Det ligger därför både i kommunens och företagets intressen att trycka på hos berörda för att ytterligare förbättra kommunikationerna. Ur miljösynpunkt är det dessutom viktigt att minska bilåkandet i samhället.

Skolan

Konkurrensen om människor mellan olika länder handlar alltmer om kunskap och kompetens. Dialogen mellan skolan och näringslivet behöver ständigt finnas för att öka motivationen hos ungdomarna. Ytterligare insatser för att höja kvalitén inom skolan behöver genomföras för att fler elever ska bli behöriga till högre utbildning. Skolans rykte i omvärlden är dessutom viktigt för att attrahera människor att vilja flytta till Väsby.

För att företagen ska få tag på kompetent personal behöver gymnasie- och vuxenutbildningen anpassas till arbetsmarknadens behov

Social miljö

Den sociala miljön har också betydelse för ett samhälles lokala attraktivitet. För företagen är det brottsförebyggandet arbetet viktigt för att minska kostnader för brott och skadegörelse, men också för att kunna erbjuda en trygg och säker arbetsplats för personalen.



Foto: Majas Fotografi

Snillebixtar, FinnUp, Ung Företagsamhet är några exempel på hur skolan stimulerar entreprenörskap.

Att hålla arbetslösheten, speciellt bland ungdomar, på en låg nivå är också en viktig fråga för att öka kommunens attraktivitet.

Marknadsföring av den geografiska platsen Upplands Väsby

- Varumärkesarbete för att stärka imagen
- Gemensam varumärkesplattform
- Välkomnande entréer

Varumärkesarbete för att stärka imagen för Upplands Väsby

Olika undersökningar visar att Upplands Väsby upplevs som en trist, anonym och lite beige förort. Att

förändra den bilden är ett långsiktigt arbete som först och främst bör inriktas på de egna invånarna och företagen. Många människor behöver involveras i detta arbete för att bli ambassadörer för vad Väsby har att erbjuda. En viktig del i varumärkesarbetet är att regelbundet marknadsföra och följa upp bl a hur arbetet med denna utvecklingsstrategi fortskrider.

Gemensam varumärkesplattform

En varumärkesplattform som anger vilken profil Väsby ska stå för behöver tas fram. Den fungerar som ett stöd för alla intressenter i det fortsatta varumär-

kesarbetet för att förmedla en tydlig och stark bild av vad Väsby står för.

Välkomnande entréer

Vägarna till och från Väsby är många. Elva olika entréer har identifierats. Detta första möte som människor får formar bilden av den plats man kommer till. En av de viktigaste entréerna är E4. Där passerar ca 70 000 bilar varje dygn. E4:an är därför ett prioriterat område. Här ska ingen kunna passera utan att få en bra bild av Väsby. Det handlar både om spännande arkitektur, gröna oaser, konstnärlig utsmyckning och profilskapande åtgärder för att informera om vad som är på gång.

3. Lokal samverkan

Den unika med denna utvecklingsstrategi är att det tagits fram i samverkan mellan olika intressenter istället för att kommunen ensam tar fram en näringslivsstrategi, som gjorts tidigare. Det innebär att många redan är delaktiga och står bakom det vi gemensamt vill åstadkomma.

För att det ska bli tydligt vad Upplands Väsby har att erbjuda företag och invånare behöver ännu fler företag och människor engagera sig lokalt. Dialogen måste ständigt finnas mellan företag, markägare, invånare och kommunen när det gäller etableringsfrågor, hur vi skapar ett attraktivt boende, skolans roll som leverantör av arbetskraft och andra viktiga områden för utvecklingen av det lokala samhället. Den här utvecklingen kan förväntas fortsätta och fördjupas under de närmaste åren.

Få fler företag att delta i samarbetet

Samverkan med näringslivet fördjupades redan 1998 i och med bildandet av Upplands Väsby Promotion, UVP. De fungerar som en plattform för hela näringslivet och en brobyggare mellan privata företag och offentlig verksam-

het. Nu behöver vi bygga vidare och få fler företag att bli delaktiga i det vi vill åstadkomma tillsammans.

Gemensamt partnerskap

Flera av de insatsområden vi är överens om att satsa på i framtiden har som

målsättning att finansieras genom ett gemensamt partnerskap mellan offentliga och privata aktörer. Det kan handla om både större och mindre satsningar. Detta behöver vidareutvecklas.



Foto: Janne Helledén

Engagemanget för utveckling av det lokala näringslivet är stort i Väsby.



Foto: Bo Rune Isacsson



Foto: Michael Folmer



Näringslivet i Upplands Väsby

Internationellt näringsliv

- Världsomspännande företag med kända varumärken
- Innovativa entreprenörer
- Ägarledda företag med tillverkning av nischade produkter
- Handelsplats för hemelektronik & IT samt hästsport
- Aktivt jord- och skogsbruk runt knuten.

Stora arbetsplatser

Upplands Väsby kommun – Kraft Foods (Marabou)
Siemens – Dell Computer – Xerox – Kodak Nordic
Öhlins Racing – Cederth International – TNT Sverige
GNT Sweden – Scandic Hotel – McDonalds
Förenade Care – Landstinget – Väsbyhem
Capio S:t Görans sjukhus – Skanska Maskin – DAB Dental
Revent International – Solna Pressgjuteri

Arbetsplatser och företagande

ca 3 000 företag
Antalet nyregistrerade företag ligger i snitt på 255 per år
ca 68 procent ensamföretagare
ca 33 procent arbetar i utlandsägda företag
ca 14 000 arbetsplatser
ca 18 000 förvärvsarbetande
ca 6 500 bor och arbetar i kommunen
ca 7 800 inpendlare
ca 12 250 utpendlare

Gemensamma mål för näringslivet och kommunen
Företagsklimatet ska rankas bland de tio bästa i landet