

DEBATTARTIKEL

Lägg ner Östergötland? Nej, men växla upp East Sweden!

Städerna längs tillväxtstråket East Sweden – Linköping, Norrköping, Nyköping och Södertälje – har tillsammans en befolkningsmängd motsvarande en halv miljon. Det är ett pärlband av välmående, växande kommuner i ett funktionellt stråk där människor och företag rör sig, gör affärer och rekryterar på ett naturligt sätt. En framtidsregion med århundradets tillväxtchans framför sig när Sveriges i modern tid största infrastrukturprojekt ska realiseras och tusentals bostäder byggas. Vi är övertygade om att stråket söder ut från Stockholm har potential att bli Sveriges mest intressanta tillväxtregion.

Tillväxten i näringslivet är dessutom stark, undantaget att många företag har svårt att hitta rätt kompetens. I detta läge, när vi fortfarande har 10 år kvar innan Ostlänken rullar, är det rätt tid att öka vår attraktivitet i utomståendes ögon. Att förändra människors syn på något tar tid. Men eftersom regionen verkligen har fog för sin framtidstro, handlar det till största del om bra och effektiv marknadsföring.

De senaste åren har ett gott arbete gjorts för att skapa en attraktiv kommunikation som lyfter fram det unika, det innovativa och det attraktiva under varumärket East Sweden. Det är en bra början och det kommer vara vår enda chans givet hur omvärlden ser ut. För även om exempelvis Östergötland växer så växer omkringliggande regioner snabbare. 2016 hade Uppsala län en tillväxt om 6,6% och Örebro län 6,1 %, vilket då ska jämföras med Östergötlands 2,6 % och Sörmlands 3,5 %. Den genomsnittliga tillväxten i Sverige är 3,2%.

Vi tror att det behövs ett antal omtag. Minska fokus på det i sammanhanget lilla länet Östergötland och öka fokus på det funktionella stråk som Östergötland är en del av. Våga profilera hela East Sweden-stråket som en sammanhållen marknad och marknadsför alla styrkor som finns här under ett samlat East Sweden-paraply. Region Östergötland har påbörjat resan – men bjud nu in vännerna i Sörmland och Småland för att bli ännu starkare!

Bra marknadsföring och kommunikation kostar naturligtvis resurser. Och som en del av den enorma sjukvårdsbudgeten kanske det är svårt att få gehör för de – i våra ögon helt avgörande – frågorna om regional marknadsföring?

Betänk då grundkursen i samhällskunskap. Skattemedlen som regionen kan spendera på offentlig service, som sjukvård, levereras till stor del av näringslivet. Vi är alla beroende av att näringslivet får bästa förutsättningar för fortsatt tillväxt. Skatter och annat kan kommuner och regioner bara påverka indirekt. Marknadsföringen av vår geografi däremot, är varje regions eget ansvar.

Region Östergötland – fortsatt på den inslagna vägen men satsa minst dubbelt så mycket resurser. Låt dessutom East Sweden-kommunikationen omfatta fyra delar av vårt attraktiva erbjudande: Business, Living, Study och Visit. Vi vill se ett prestigelöst samarbete över kommun- och länsgränser, effektiv marknadsföring och modigt politiskt ledarskap för framtiden! På så vis kommer vi ha en möjlighet att realisera Sveriges mest spännande tillväxtregion – med både nationell och internationell lyskraft!

Johanna Palmér, VD Östsvenska Handelskammaren