

Beslutsfattarens bild av Ljungby

Projekttyp: Imageundersökning
Skapat av: Karolina Wass, Geobrandts
Datum: 6 mars 2009
Beskrivning: Slutrapport

Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	2
2. Metod	3
3. Resultatredovisning	6

Sammanfattning

Huvudsakliga slutsatser

- Studien har givit insikt i attityder gentemot Ljungby hos 25 personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll. Dessa personer återfinns både i privat och offentlig sektor, såväl i som utanför Ljungby kommun.
- Ljungbys attraktionskraft som boendekommun är starkt förknippad med närheten till *den vackra naturen, möjligheter till ett bra familjeliv och en väl fungerande skola och barnomsorg*, enligt beslutsfattarna. *Ett starkt näringsliv, möjligheter för människor att hitta ett bra arbete* samt att *E4:an skapar närhet till både kontinenten och Stockholm* värdesätts också högt. Ljungbys huvudsakliga svaghet som boendekommun är dock *övriga kommunikationer*, enligt beslutsfattarna.
- Beslutsfattarna framhåller Ljungby som en *mycket stark företagarkommun*. Det finns ett antal stora företag inom olika branscher som även knoppat av sig i många mindre företag och dragit med sig dem i utvecklingen. En stor tillgång är att det finns en *positiv inställning till företagande och entreprenörskap* inom både kommunen, bland företag och invånarna i allmänhet. Ljungbys svaga sida som företagarkommun är främst *näringslivsstrukturen*; den är ensidig och mansdominerat med stor övervikt för industrin, menar några.
- Beslutsfattarna har fått bedöma Ljungby ur ett upplevelseperspektiv. *Naturen med dess fritidsaktiviteter, möjligheter till rekreation och lugn* framhåller beslutsfattarna attraktivt för besökaren. Även kulturturismen med *berättarkulturen, Sagomuseet och Ljungbergsmuséet* i spetsen lyfts fram som starka besöksmål. Flera beslutsfattare påpekar att man behöver bli bättre på att *samordna de aktiviteter som Ljungby har att erbjuda och paketera och marknadsföra dem bättre*.
- Beslutsfattarna har bedömt Ljungby utifrån viktiga så kallade attraktionsfaktorer; *Att Ljungby möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö*, att de har *ett starkt näringsliv med stort utbud av arbetstillfällen* samt *öppna invånare* är topp tre på listan över positivt laddade attraktionsfaktorer för Ljungby, medan associationer till att *Ljungby är lätt att nå tack vare goda kommunikationer* återfinns i botten.
- Beslutsfattarna är av uppfattningen att Ljungby har haft en ökning av befolkningstillväxten de senaste åren. När det gäller den ekonomiska tillväxten menar många att det just nu ser ganska mörkt ut för Ljungby. Flera påpekar dock att man tror att Ljungby kommer återhämta sig från finanskrisen snabbt relativt andra kommuner. Beslutsfattarna har även fått uttala sig om hur de tror att det kommer att gå för Ljungby i framtiden. 14 av 25 respondenter tror att Ljungby kommer lyckas bättre än medel relativt andra kommuner i regionen om tio år. Inte någon tror på en sämre utveckling, vilket måste anses mycket positivt.
- När det gäller förslag och idéer över vad Ljungby bör göra för att bli en mer attraktiv kommun i framtiden dominerar; *förbättra de allmänna kommunikationerna*. Det är främst avsaknaden av tåg och bättre bussförbindelser som avses. Man framhåller även att *Ljungby måste bli bättre på att marknadsföra sig* så att turister svänger av E4:an och upptäcker Ljungby.

Mål och metod

Undersökningens mål

Beslutsfattarens bild av Ljungby ska klargöra attityder som personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll har gentemot platsen Ljungby. Undersökningens resultat ska utgöra ett stöd för det varumärkesarbete som Ljungby kommun just nu bedriver. Det finns skäl att anta att de föreställningar och kunskaper som finns hos opinionsbildare gentemot regioner och kommuner har stor inverkan på platsens utveckling, och dessa personer kan också antas påverka hur andra människor uppfattar platsen ifråga.

Parallellt med den här undersökningen genomförs ytterligare två; Dels *Attraktionsindex Ljungby*, som ska klargöra omvärldens bild av platsen. 863 personer mellan 18 och 64 år besvarar viktiga frågor om Ljungbys attraktionskraft och renommé. Dels genomförs en webbaserad undersökning om den lokala uppfattningen om Ljungby. I skrivande stund har cirka 350 respondenter medverkat i den undersökningen. Tillsammans ger undersökningarna en tydlig bild av hur Ljungby uppfattas som plats att leva och verka på.

Undersökningsmetod

Intervjuer har genomförts på telefon med totalt 25 personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll. Dessa personer återfinns både i privat och offentlig sektor, såväl i som utanför Ljungbys kommun. I genomsnitt tog varje intervju cirka 25 minuter och ett batteri av stödfrågor användes för att etablera en bra intervjusituation (se rubriken *frågeunderlaget*). Resultaten från respektive intervju består av återgivna citat och tankegångar som givits som svar på olika stödfrågor. Personen som gjorde intervjuerna har inte tillfört någon ytterligare tolkning av "vad som sägs mellan raderna" i intervjuerna, utan citaten utgör det enda som granskats. Respondenterna har meddelats att intervjuerna inte är anonyma.

Frågeunderlaget

Som underlag för intervjuerna användes följande stödfrågor:

Inledning

- Bakgrundsinfo (uppdragsgivare / syfte / handhavande om resultatet).

Sektion 1 - (Ljungbys attraktionskraft)

1a. Vi tänkte först diskutera Ljungbys starka och svaga sidor som boendekommun. Vilka värden eller vilka starka sidor skulle du vilja säga att Ljungby har som kommun att leva och bo i?

1b. Vilka svagheter har Ljungby som boendekommun, enligt din mening?

2a. Om vi skulle betrakta Ljungby som företagarkommun. Vilka starka sidor har då Ljungby? (frågan ställs även till de som inte personligen är företagare)

2b. Vilka svaga sidor har Ljungby som företagarkommun, enligt din mening?

3a. Om vi skulle betrakta Ljungby ur besökarens eller turistens synvinkel, vilka är då de främsta värdena (eller sevärdheterna) som vi har att erbjuda?

3b. Skulle du vilja lyfta fram någon svag sida hos Ljungby ur besökarens synvinkel?

Sektion 2 - (Ljungbys upplevda kvalitet).

4a. Hur väl stämmer följande påståenden med din bild av Ljungby? (Svarsalternativ: stämmer inte alls, stämmer inte särskilt bra, varken eller, stämmer ganska bra, stämmer helt, samt vet ej/ingen uppfattning. En femgradig skala samt ett vet ej alternativ)

- A. Ljungby har ett starkt näringsliv med ett stort utbud av arbetstillfällen.
- B. Ljungby är rikt på upplevelser för turister och besökare.
- C. Ljungby möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö.
- D. Invånarna i Ljungby är öppna och välkomnande.
- E. Ljungby är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer (som till exempel bil, buss, tåg eller flyg).
- F. Ljungby har ett rikt kulturliv

4b. Respondenten får kommentera orsaken till det/de mest utstående betyget/betygen.

Sektion 3 (Ljungbys utveckling).

5. Har du någon uppfattning om hur det går för Ljungby just nu?

- Tillväxt- och befolkningsmässigt?

6. Hur tror du Ljungby har klarat sig om tio år, jämfört med andra kommuner i regionen (Kronobergs, Jönköpings och Hallands län)?

- A. Bättre än medel
- B. Medel
- C. Sämre än medel

Vad grundar du ditt svar på?

7. Vad tycker du att Ljungby bör göra för att bli en;

- Mer attraktiv kommun att leva och bo i?
- Mer attraktiv kommun för företagande?
- Mer attraktiv kommun att besöka och turista i?

Resultatredovisning

Fråga 1a. Vilka värden eller vilka starka sidor skulle du vilja säga att Ljungby har som kommun att leva och bo i?

Fråga 1-3 i denna undersökning klargör de kvaliteter eller värden som platsen associeras med. Respondenterna har i många fall givit uttömmande svar, men dessa har för tydlighets skull tolkats och kategoriserats för att analysen ska kunna göras;

Naturen/närheten till naturen	14
Familjevänligt	7
Läget utmed E4, går snabbt att ta sig till kontinenten och Stockholm	7
Närheten till allt och mellan människor	7
Brett utbud av förenings- och fritidsmöjligheter	6
Bra arbetsmöjligheter	5
Utbyggt skolväsende och bra omsorg	5
Varierat och relativt billigt boende	5
Lugn och trevlig småstad	5
Bolmen	4
Starkt näringsliv och engagerade företagare	4
Bra basutbud för liten ort	2
Invånarna och deras inställning "Ljungbyandan"	2
Enkelheten	1
Finns yrkeskunnigt folk	1
Lätt att komma in i samhället som nyinflyttad	1
Duktiga politiker	1
Bra nöjesliv	1
Vanlig småstad	1
De som hittar hit blir kvar	1

Följande citat har valts ut för att ytterligare förtydliga resultatet;

"Ljungby är en vacker trakt med vatten inpå knutarna och det är lätt att få jobb i Ljungby"

"Ljungby ligger utmed Sveriges pulsåder, nära både Europa och Stockholm."

“Det som är mest positivt med Ljungby är närheten - närhet mellan människor, avstånd och natur.”

“Familjelivet först och främst. Det är enkelt i Ljungby med förskola och skola med tät personal.”

“Som många mindre orter tilltalar Ljungby barnfamiljer, man har god omsorg, närhet, natur, billigt boende och ett bra föreningsliv. Ljungby är ett bra samhälle att bo i tror jag.”

Ljungbys attraktionskraft som boendekommun, är enligt beslutsfattarna starkt förknippad med närheten till den vackra naturen, möjligheter till ett bra familjeliv och en väl fungerande skola och barnomsorg. Ett brett föreningsliv, samt närheten mellan människor och korta avstånd till allt är andra faktorer som värdesätts högt. Bra arbetsmöjligheter, ett starkt näringsliv och en närhet till både kontinenten och Stockholm i och med E4:an uppskattas också.

Fråga 1b. Vilka svagheter har Ljungby som boendekommun, enligt din mening?

Ljungbys huvudsakliga svaghet som boendekommun, som beslutsfattarna pekar ut, är kommunikationerna förutom E4:an. Tåg- och flygtrafik saknas och bussförbindelserna får kritik för att de tar så lång tid. Dåliga kommunikationer medför att det finns få pendlingsmöjligheter samt att man är väldigt bilberoende i Ljungby kommun. En annan svag sida som framkommer är att näringslivsstrukturen är smal, vilket begränsar möjligheterna för personer med avvikande kompetens att bosätta sig i Ljungby.

Icke bilburen kommunikation	7
Smal näringslivsstruktur	3
Litet utbud	3
Inga direkta svagheter	2
Industristad lockar ej	2
Kulturutbudet	2
Affärsutbudet	2
Att BB flyttats	2
Det är inte vackert i centralorten	2
Lite isolerat från större städer	1
Lågt värde på hus	1
Braindrain, högre tjänster flyttas till annan ort	1
Centrum anpassat för bilister, ej gående	1
Dåligt utbud av boendemöjligheter för äldre	1
Det saknas aktiviteter för 15-18-åringar	1

Följande citat är värda att lyftas fram;

“Ljungbys svaghet som boendekommun är övrig kommunikation förutom E4:an. Järnväg och flyg saknas. Man är bilberoende i Ljungby.”

“Det man ser och hör om Ljungby handlar ofta om tung industri. Det lockar inte mig att bosätta mig där. Behöver bli bättre på att lyfta fram något annat.”

”Litenheten är såklart en nackdel”

Fråga 2a. Om vi skulle betrakta Ljungby som företagarkommun, vilka starka sidor har då Ljungby?

Beslutsfattarna framhåller Ljungby som en mycket stark företagarkommun. Ljungby präglas av en stark industri som verkar på en global marknad. Det finns ett antal stora företag inom olika branscher som även knoppat av sig i många mindre företag och dragit med sig dem i utvecklingen. Beslutsfattarna anser även att det finns en bra inställning till företagande och entreprenörskap inom både kommunen, bland företag och invånarna i allmänhet. Flera nämner att det överhuvudtaget finns en mycket bra företagaranda i Ljungby och liknar “Ljungbyandan” med den mer kända “Gnosjöandan”. Läget utmed E4:an är en annan faktor som pekas ut som gynnsamt för Ljungby ur företagar synpunkt.

Stort antal företag, både stora och små	13
Stark företagaranda/företagskultur	11
Stark samverkan mellan företag	7
Positiv inställning till företagande och entreprenörskap	7
Läget och den fysiska logistiken	6
Ett utvecklat och företagsanpassat utbildningssystem	5
Industri i världsklass	4
Ej beroende av ett företag/en bransch	4
Utbudet av arbetstillfällen	4
Företagsvänlig och engagerad kommunledning	3
Tillgång till kvalificerad arbetskraft	2
Samhällsengagerade företagare	2
Genuina Ljungbyföretag/familjeföretag	1
Ljungby Utveckling AB	1
Tillgång till billig mark	1

Bland intervjuresultaten kan nämnas följande citat;

“Ljungby är en JÄTTESTARK företagarkommun. De är ett föredöme. Man har en mycket bra företagskultur och man hjälper varandra. Stora företag drar med sig små.”

”Företagare har ett genuint engagemang. Det är genuina Ljungbyföretag, ofta familjeföretag, med känslomässiga bindningar mellan företaget och orten.”

“Människorna i Ljungby gör den till en stark företagarkommun. Man har en bra inställning till arbete, bra mentalitet, det är inga gnällspikar. Det är lätt att få tag i kompetent folk.”

”Ljungby har flera starka sidor. Vi är inte beroende av ett stort företag utan det finns ett antal både stora och små. I och med att vi inte bara har ett eller två stora så är vi heller inte lika sårbara.”

”Som företagarkommun har Ljungby otroligt starka sidor. Det finns en stor befintlig stock av duktiga företag, både stora och små. Läget, nära kontinenten och Gnosjö. Det finns en positiv inställning till entreprenörskap både från invånare, företag och politiker. Man har rötter i en stark företaganda som sätter stark prägel på Ljungby.”

Fråga 2b. Vilka svagheter har Ljungby som företagarkommun, enligt din mening?

Beslutsfattarens uppfattning när det gäller företagandets svaga sidor i Ljungby rör främst näringslivsstrukturen. Näringslivet i Ljungby är något ensidigt och mansdominerat med stor övervikt för industrin. Tjänstesektorn är dåligt utvecklad och det medför att det kan vara svårt att tillgodose båda parter behov i en familj som överväger att flytta till Ljungby. Det blir därför svårare att locka kvalificerad arbetskraft till orten, särskilt eftersom pendlingsmöjligheterna lyfts fram som begränsade. Flera av beslutsfattarna har dock svårt att peka ut några svagheter alls när de tittar på Ljungby utifrån ett företagarperspektiv.

Ensidigt näringsliv, behövs bättre mix	7
Tjänstesektorn dåligt tillgodosedd	4
Svårt hitta arbetskraft med specialistkompetens	4
Har ej några svagheter	4
Begränsade pendlingsmöjligheter	3
Indirekt litenheten, utbud av arbetskraft samt marknad	3
Svårt för medflyttande att hitta kvalificerat arbete	2
Avsaknad av järnväg	2
Manlig företagskultur	1
Företagsledare i de stora företagen bor ej i kommunen	1
Stora företag blir uppköpta	1
Kommande generationsskiften i företagen	1
Konjunktur känsliga företag	1
Behöver samverka bättre inom turismnäringen	1
Dåliga kommunikationer mobil/bredband	1
BB saknas	1

Bland intervjuresultaten kan nämnas följande citat;

”Det är svårt att rekrytera viss specialistkompetens. Tror att det beror på att i en familj idag har man ofta dubbla karriärer. Det är svårt att hitta så pass kvalificerade arbeten som passar båda parter.”

”Välutbildade ungdomar har svårt att hitta arbete. Här finns få arbetstillfällen inom tjänstesektorn.”

”Jag kan inte se någon svaghet som Ljungby har som företagarkommun”

“Det som är lite negativt är väl att de stora företagen blir uppköpta av multinationella företag, vilket innebär att tryggheten i den lokala förankringen försvinner på sikt.”

Fråga 3a. Om vi skulle betrakta Ljungby ur besökarens eller turistens synvinkel, vilka är då de främsta värdena (eller sevärheterna) som vi har att erbjuda?

Naturen med Bolmenområdet, alla sjöar, Lagan och skogen med dess fritidsmöjligheter, men också möjligheter till rekreation och lugn framhåller beslutsfattarna som Ljungbys starka sidor som besökskommun. Även kulturturismen med berättarkulturen, Sagomuseet och Ljungbergsmuseet i spetsen lyfts fram som attraktiva besöksmål.

Beslutsfattarnas svar har fördelat sig enligt följande:

Naturen/naturupplevelser	16
Ljungbergsmuseet	12
Sagomuseet	10
Bolmen	7
Rekreation, tystnad, stillhet, lugn	5
Läget - lättillgängligt och nära mycket	5
Sagobygden och berättarkulturen	4
Jakt- och fiskemöjligheter	4
Ljungby gamla torg	4
Begravningsmuseet	2
Biblioteket	2
Medeltida kyrkor	1

Så här uttrycker några av beslutsfattarna sig;

“Naturen finns precis inpå knuten”

“Det är väl Bolmen och livet kring den med fiske, camping, kanoting o.s.v. Det lockar danskar, tyskar och holländare från tätbebyggda områden. De söker lugnet och en stuga i skogen. De är väl inte ute efter staden Ljungby utan omgivningarna i första hand.”

“Bolmen är det stora plusset som jag ser det och därtill hörande Lagan. Skogsbygden i Ljungby ligger nära för danskar och tyskar. Ljungby har oerhörda värden för dem i sin natur som vi kanske tar för givna.”

“Sagoberättandet är spännande. Utveckla det mer, där finns en stor potential.”

Fråga 3b. Skulle du vilja lyfta fram någon svag sida hos Ljungby ur besökarens synvinkel?

Flera beslutsfattare svarar att de inte kommer på några specifika svagheter för Ljungby ur ett besökar- och turistperspektiv. De påpekar att Ljungby är som andra småstäder är mest och att man måste vara klar över vad en kommun i Ljungbys stor-

lek ska kunna erbjuda. Flera menar istället att man ska utveckla det man redan har. Bli bättre på att samordna de aktiviteter som Ljungby har att erbjuda och paketera och marknadsföra dem bättre.

Kommer inte på något specifikt	7
Finns mycket att utveckla/utveckla det vi har	4
Samordna, paketera och marknadsför mer	3
Inte vackert, utveckla centrumområdet	3
Dåligt shoppingutbud	2
Problem att locka turister att svänga av E4:an	2
Svårt att ta sig runt utan bil	2
Beror helt på vilken målgrupp man vill nå	2
Utveckla aktiviteter inom kultur eller idrott	1
Profilera Ljungby inom något område	1
Utbudet av restauranger	1
Transporter till/från flygplatsen i Växjö	1

Följande citat är värda att nämna;

“Man måste vara klar över vad en ort i Ljungbys storlek ska kunna tillhandahålla. Om man väljer att turista här måste man vara beredd på vad som finns.”

“Det är lite otydligt för besökaren, var finns alla guldgruv? Företagen behöver bli bättre på att gå ihop och skapa paket som man kan marknadsföra ihop.”

“Det är dålig samordning mellan besöksmålen. Man hjälps inte åt att få turisterna att stanna ett dygn till. Ingen samordning mellan t.ex. camping, restauranger och sevärdheter. Bli bättre på att skapa paketlösningar för turisten/besökaren.”

“Utveckla de värden vi har. Vi själva tar dem för givna och ser inte potentialen.”

“De som söker sig hit lockas främst av naturen och lugnet. Vi behöver hitta attraktiva besöksmål utefter de stora vägarna. Vi ligger 15 mil från Helsingborg, det är perfekt för ett stopp. Locka tillfällighetsbesökare. De flesta kommer E4:an upp eller ner, hitta något som gör att de stannar.”

“Man har misshandlat Ljungby centrum. Man byggde sönder torget efter branden. Järnvägsområdet är också för tråkigt.”

Fråga 4. Hur väl stämmer följande påståenden med din bild av Ljungby?

Respondenterna ombads betygsätta hur väl ett antal påståenden stämmer med deras bild av Ljungby. De olika påståendena speglar viktiga så kallade attraktionsfaktorer, som kan antas inverka på kommunens samlade attraktivitet. Svarsalternativen som respondenterna ställdes inför var hur väl de instämmer på en femgradig skala. Svaren utföll som följer;

Ljungby möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö	medelvärde: 4,4
Ljungby har ett starkt näringsliv med ett stort utbud av arbetstillfällen	medelvärde: 4,2
Invånarna i Ljungby är öppna och välkomnande	medelvärde: 3,9
Ljungby har ett rikt kulturliv	medelvärde: 3,3
Ljungby är rikt på upplevelser för turister och besökare	medelvärde: 3,1
Ljungby är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer	medelvärde: 2,8

Trygg livsmiljö, ett starkt näringsliv med stort utbud av arbetstillfällen samt öppna invånare är topp tre på listan över positivt laddade attraktionsfaktorer för Ljungby, medan associationer till att *Ljungby är lätt att nå tack vare goda kommunikationer* återfinns i botten. Det är främst avsaknaden av järnväg samt att allmänna kommunikationer till/från Ljungby är relativt dåliga som avses. Förutom när det gäller kommunikationerna ger beslutsfattare överlag Ljungby ett bra betyg på viktiga attraktionsfaktorer. Ljungby får ett högt betyg när det gäller *näringslivet och utbudet av arbetstillfällen* för att vara en ort av Ljungbys storlek.

Fråga 5. Har du någon uppfattning om hur det går för Ljungby just nu?

Beslutsfattarna fick uttala sig om hur de tror att det går för Ljungby just nu, såväl när det gäller tillväxt som befolkningsutveckling. Ett par åsikter lyder;

“Som hos alla andra kommuner är tillväxten dålig just nu. Befolkningsmässigt gör de en liten ökning i Ljungby. Det brukar de göra varje år till skillnad mot många andra kommuner i regionen.”

“Vi ökar något befolkningsmässigt. Tillväxten har väl dock stagnerat i och med krisen.”

“Befolkningsmässigt ökar de lite om jag kommer ihåg rätt. Tillväxtnmässigt har det väl permitterats en del i och med krisen, men de klarar sig nog förhållandevis bra i Ljungby.”

“Just nu är det ingen tillväxt och värre kommer det bli inom det närmaste eftersom vi är en industristad drabbas vi hårdare av lågkonjunktur än t.ex. Växjö som är mer inriktad mot handel”

Flertalet av beslutsfattarna är av uppfattningen att Ljungby har haft en svag ökning, men dock en ökning av befolkningstillväxten de senaste åren. I det avseendet är man inne i en positiv trend. När det gäller tillväxten nämner i stort sätt alla den allmänt svåra ekonomiska situationen som råder just nu i och med finanskrisen. Många är av uppfattningen att det just nu ser ganska mörkt ut för Ljungby tillväxtnmässigt, i och med att man har en stor andel tillverkningsindustri i kommunen. Flera påpekar dock att man tror att Ljungby kommer återhämta sig snabbt relativt andra kommuner.

Fråga 6. Hur tror du Ljungby klarat sig om tio år, jämfört med andra kommuner i regionen (Kronobergs, Jönköpings och Hallands län)?

Beslutsfattarna fick även uttala sig om hur de tror att det kommer att gå för Ljungby i framtiden. Svaren ger uttryck för en stark tilltro till Ljungbys framtida utveckling. Hela 14 av 25 respondenter tror att det kommer att bättre än medel (bland Sveriges kommuner) för Ljungby om tio år. Inte någon tror på en sämre utveckling än medel.

Bättre än medel	14
Medel	8
Sämre än medel	0
Vet ej/kan ej svara	3

När vi bad respondenterna motivera sitt betyg fick vi bl.a. dessa svar;

"Ljungby har alla förutsättningar för att klara sig bra. Man har en flora av större och mindre företag. Bra utbud av arbetskraft och utvecklande företag."

"Jag har en bild av att det finns många kluriga små företag i Ljungby som gått den långa, hårda och därför försiktiga vägen. Jag tror att de klarar sig bättre än medel."

"Bättre än medel p.g.a. företagsamheten och läget vid E4:an."

"Man har bra mycket mer att bygga på än många andra. Ljungby är inte så litet. Man har ett starkt företagsfäste och en stor potential, läget utmed E4:an är också gynnsamt."

"Jag tror det kommer gå medelbra för Ljungby, som för min egen kommun. Det är risk för fortsatt centralisering av företag och människor till storstadsregionen. Det är svårt att konkurrera mot det."

"Kan inte svara på det. Det beror helt på vad vi gör. Det är en inställningsfråga. Det beror på om vi har någon strategi för att möta framtiden. Om vi ska positionera Ljungby som en framtidskommun måste vi aktivt tillsammans arbeta för kommunens varumärke. Du får ingenting gratis. Du måste ha en strategi framåt."

Fråga 7a. Vad tycker du att Ljungby bör göra för att bli en mer attraktiv kommun att leva och bo i?

Fråga 7 genererar många idéer till utveckling och relativt spridda svar, varför fritextsvaren kan vara väl värda en genomläsning.

Det mest frekvent förekommande svaret på fråga 7a är att Ljungby måste förbättra de allmänna kommunikationerna. Det är främst avsaknaden av tåg och bättre bussförbindelser som avses. Flera framhåller även att man behöver bli bättre på att marknadsföra och sälja in Ljungby som ett attraktivt alternativ för inflyttare, turister och etableringar. Många framhåller även behovet av att satsa på mer kvalitativa kulturevenemang.

Förbättra allmänna kommunikationer	7
Marknadsför och profilera mer	5
Satsa på kvalitativa kulturevenemang	5
Satsa på välfärden och god service	4
Främja ett mer varierat arbetsutbud	3
Utveckla fritidslivet	3
Ökat shoppingutbud	3
Utveckla och tillgängliggör naturen	2
Fler aktiviteter för ungdomar	2
Arbeta för ett fortsatt tryggt samhälle	2
Fortsätt jobba och satsa som man gör idag	2
Exploatera Bolmen	1
Få företag att fortsätta satsa i Ljungby	1
Skapa vision	1
Snygga upp centrum	1
Utveckla berättarfestival	1
Lyft fram Ljungbyandan	1
Bygg evenemangarena för Troja/Ljungby	1
Fortsatt ha en öppen dialog	1
Öka möjligheter att bygga och bo	1

Nämnvärda citat:

“Kommunikationsfrågan tror jag blir otroligt viktig om man ser fem till tio år framåt. En tågförbindelse mellan Stockholm och Kastrup skulle locka såväl inflyttare som företagare och inpendlare.”

“Marknadsför mer, tala om arbetsläget. I Ljungby är man uppfostrad att vara stolt över det man gör, jämför med bönderna som flyttade in till orten i och med industrialiseringen. Lyft fram Ljungbyandan.”

“Tala om att man finns! Det är ett bra arbete ni satt igång. Ljungby är en anonym del av Sverige.”

“Satsa på större kultursatsningar. Det ska inte bara handla om kultur på amatörnivå. Det behövs mer professionella satsningar också, främst inom teater och musik.”

“Jobba för kvalificerade arbeten för högskoleutbildade. Nu finns det bara kvalificerade arbeten inom vården och den tunga industrin. Det byggs mycket utmed E4:an kanske kan man skapa fler arbetstillfällen där.”

Fråga 7b. Vad tycker du att Ljungby bör göra för att bli en mer attraktiv kommun för företagande?

Inställningen hos många beslutsfattare är att Ljungby redan är en mycket attraktiv kommun för företagande och att man ska fortsätta jobba på. Många lyfter fram samarbetet vid Centrum för Informationslogistik (CIL) som ett bra initiativ som man ska

fortsätta att utveckla. Återigen hamnar de allmänna kommunikationerna högst på listan över förbättringsmöjligheter. Samverkan, nära dialog och att främja kvinnligt företagande är faktorer som framhålls som alltid kan förbättras.

Förbättra allmänna kommunikationer	10
Utveckla samarbetet med högskola/universitet	7
Gör mycket redan, fortsatt jobba	6
Kontinuerlig och öppen dialog med företag	3
Stimulera kvinnligt företagande	2
Främja samarbete och nätverk	2
Underlätta för företag att teknikutveckla	2
Bättre kommunikationer (bredband, mobiltäckning)	1
Locka utländska kapitalstarka företagare	1
Jobba med attityder, visa framgångsexempel	1
Arbeta för korta beslutsvägar och snabba beslut	1
Inte glömma bort befintliga företag	1
Underlätta vid rekrytering	1
Ökat samarbete med andra kommuner	1
Satsa på turism, gynnar landsbygden	1
Häng på Europakorridoren	1
Utveckla Bolmenområdet	1
Exponera det som finns	1
Minska skattetrycket	1

Här återges några röster om hur Ljungby kan förbättras som företagarkommun;

“Kommunikationsfrågorna är såklart otroligt viktiga även för företagande. Det är tungt att ta sig till och från Ljungby för att jobba om man inte bor på orten.”

“Måste ställa oss frågan hur ska jag kunna locka en person utan anknytning till orten med en globalt användbar utbildning till Ljungby? Det är svårt att rekrytera och hitta svar på den frågan. Vi måste ha bra infrastruktur och kommunikationer. Kanske svårt för kommunen att driva igenom men man måste ligga på och påverka högre instanser. Det måste t.ex. finnas utvecklat bredband så att min medarbetare som jag lyckats locka hit kan arbeta hemifrån och sitta hemma vid sin sjötomt vid Bolmen (för det var det som fick honom/henne flytta hit). Järnvägen är viktig.”

“Otroligt viktigt att man fortsätter satsa på utbildning som CIL. Om bara några av dem som går utbildningen stannar kvar på orten och jobbar är det otroligt mycket värt. En sådan utbildning gör att yngre stannar kvar.”

“Stimulera kvinnligt företagande. Stöd dem som vill starta eget inom t.ex. vård och omsorg och andra mer “kvinnliga branscher”. I övrigt är företagande väldigt bra i Ljungby.”

“Jag tycker de gör så gott de kan. Det är ett bra företagsklimat här. Det gäller att fortsätta jobba på.”

Fråga 7c. Vad tycker du att Ljungby bör göra för att bli en mer attraktiv kommun att besöka och turista i?

Det mest frekvent förekommande svaret är att Ljungby måste bli bättre på att marknadsföra sig så att turister svänger av E4:an och upptäcker Ljungby. Man måste bli bättre på att samordna aktörer och skapa paketalösningar som gemensamt går att marknadsföra för att sätta Ljungby på kartan. Områden som man framhåller att Ljungby ska satsa på ur ett turistiskt perspektiv är främst naturen med området kring Bolmen i spetsen och upplevelser och aktiviteter som har anknytning till naturen. Berättartraditionen och Ljungbergsmuseet är andra satsningar som man tycker behöver utvecklas. Ett par respondenter lyfter fram att Ljungby har ett stort antal internationella affärsresenärer, att locka dem till Ljungby även privat torde vara en möjlighet.

Marknadsför Ljungby mer (få turister svänga av E4:an)	12
Satsa på naturen/naturturism	5
Utveckla Bolmen och området kring den	4
Jobba med tillgängligheten till naturen	4
Utveckla och vårda det man har	3
Samarbeta med andra kommuner	3
Skapa paketerbjudanden	3
Underlätta för entreprenörer inom turism	3
Skapa intressanta upplevelser och aktiviteter (jakt, fiske o.s.v.)	2
Satsa på att locka affärsresenärer även privat	2
Utveckla berättartraditionen	2
Utveckla Ljungbergsmuseet	2
Samordna aktörer	2
Utnyttja läget mer	1
Lyft de centrala delarna av Ljungby	1
Ökat utbud av restauranger	1
Ökade kultursatsningar	1
Förbättra språkkunskaper	1
Högre standard på rum / boende	1
Locka utländska turister med permanentboende	1
Satsa på barnfamiljer	1
Bygg evenemangsarena för Troja/Ljungby	1

Här återges några röster om hur Ljungby kan förbättras som turistkommun;

“Tror att vi behöver samverka mer över kommungränserna och skapa större destinationspaket. Turisten struntar i var kommungränserna börjar/slutar.”

“Det gäller att samverka med andra och inte göra sin egen grej. Satsa på det naturnära, lokalproducerade och god mat. Stora besöksmål är draglok även åt de andra. Många håller på sitt istället för att se sig som en del av något större.”

“Tycker Ljungby har sin nisch med naturen.”

“Skapa ett namn/varumärke så att de vet vad Ljungby är och förknippar Ljungby med något.”

“PAKETERA och arbeta för att gemensamt sälja.”

“Vi har många globala företag i Ljungby. Vi måste bli bättre på att ta vara på våra utländska besök. När de åker härifrån ska de inte bara känna att de varit och besökt ett fint och bra företag. De ska ven känna att de besökt en bra plats och kunna berätta om Ljungby. Nästa gång de ska hit på affärsresa tar de kanske med familjen för att det var så bra och trevlig här. Vi har mycket utländska besök varje vecka. Fånga upp dem.”

“Gå vidare med Sven Ljungbergs planer med Ljungbergmuseet, skapa ett litet Louisiana.”