



strukturum

information februari 2003

- **Strukturum i Jokkmokk AB** är ett partnerskapsägt utvecklingsbolag som till lika delar ägs av Jokkmokks Kommun, Vattenfall AB, Företagarna i Jokkmokk samt Sparbanken Nords Näringslivsstiftelse.
- **Strukturum i Jokkmokk AB** har uppdraget att driva och utveckla näringslivsarbetet i Jokkmokks kommun.
- Strukturum ska verka för att **stärka det lokala näringslivets villkor och utveckling** samt stimulera till och underlätta nyföretagande.
- vara **partipolitiskt obunden**.
- verka för en **hållbar långsiktig utveckling** i kommunen och ett minskat beroende av de dominerande arbetsgivarna.

Näringslivs-utveckling genom branschråd

Strukturum har sökt och beviljats strukturfondsmedel för näringslivsutveckling genom branschråd under perioden 1 april 2003 till 30 juni 2005. Syftet är att få igång fungerande och aktiva branschråd inom de prioriterade områdena trä, livsmedel, verkstad och besöksnäring.

En projektledare kommer att anställas under april.

Femte seminariet för besöksnäringen

Torsdagen den 20 februari anordnas det femte seminariet för besöksnäringen. Buss avgår från Strukturum i Jokkmokk kl. 12.30. Se annonsering i Reklamjournalen.

Anmälan till Carin på Företagarna, 0971-555 17 senast 18/2.

Tidigare dokumentationer finns att hämta som pdf-fil på strukturums hemsida: www.strukturum.se

Välkommen att kontakta oss!



strukturum

Köpmangatan 19

Postadress.

Box 19, 962 21 Jokkmokk

Tfn 0971-172 74, 171 99. Fax 0971-103 44

Ett liv i Jokkmokk är livskvalitet tycker Strukturums nye VD

Under november anlände Strukturums nye VD Birger Lundberg till Jokkmokk, närmast från en tjänst inom utbildningssektorn i Åre. Han är hemvändare, född och uppvuxen i Jokkmokk och med hjärtat alltjämt i bygden.



– Jag växte upp med naturen och mitt intresse för natur och fiske har förstärkts under de senaste åren. Ett liv i Jokkmokk är för mig livskvalitet. Släkt och vänner

finns fortfarande kvar här och det känns väldigt stimulerande att få återvända, speciellt för att arbeta med näringslivsutvecklingen i kommunen.

Birger Lundberg är utbildad lärare inom området "Industri och hantverk" och har kompletterat sin utbildning med en treårig chefsutbildning vid Uppsala Universitet. Han har läst vid Umeå Universitet och även varit lärarutbildare vid universitetet samt utvecklingsledare och studierektor inom gymnasieskolan.

– Som rektor då jag bland annat ansvarade för riksintag av blivande elitidrottare förekom näringslivskontakter relativt kontinuerligt, i form av branschråd, teknikutveckling samt idéöverföring, berättar Birger Lundberg som därigenom också involverats i diverse EU-projekt.

Att tro på framtiden är viktigast

Att det finns goda förutsättningar för att Jokkmokk kan gå en ljus framtid till mötes är Birger Lundberg övertygad om.

– Det viktigaste är att alla tror på framtiden och att vi kan stärka näringslivet och få både företagare, anställda och andra att se fördelarna vi har. I Jokkmokks kommun finns bland annat ett mycket gott servicebeteende. Man bemöter besökare med en positiv attityd och det kan vi förstärka. Tänk om vi alla kunde bära tröjor "Jag är

jokkmokkare – fråga gärna!" Vi ska försöka utveckla en längre besöksperiod så att Jokkmokk blir intressant året om.

Men det är inte enbart i besöksnäringen som Jokkmokks styrka ligger.

– Jag är övertygad om att vi kan förädla trävaror i större utsträckning än i dag. Kunnande och förutsättningar finns och dem ska vi stödja och stimulera. Jag är helt besatt av idén att det borde gå att tillverka unika möbler i Jokkmokk. Jokkmokks klimat kan också vändas till fördel, kylan tar strypgrepp inte bara på människor utan i högsta grad på mekaniska ting, därför är testverksamheten ett intressant område som kan utvecklas ytterligare. Runt om oss kan vi också se att människor börjar dra upp garden mot förorenade livsmedel. Här kan vi kvalitetssäkra råvarorna och det är ett starkt marknadsföringsargument. Inom verkstadsbranschen har man sedan länge insett att arbetsmarknaden i huvudsak ligger utanför kommungränsen och det stärker branschen. Men det finns också goda förutsättningar för tillverkning och förädling av nya verkstadsprodukter i Jokkmokk, menar Birger Lundberg.

Som före detta utbildare ligger kompetensutveckling förstas nära hjärtat. Han nämner bland annat designutbildning, inte minst inom det samiska hantverket, samt turismutbildning i form jakt-, fiske- samt guideinriktningar som speciellt intressanta.

– Inom kulturverksamheten finns också en mångfacetterad utvecklingspotential, det i kombination med den livskvalitet och de rekreationsmöjligheter vi kan erbjuda är klart intressanta utvecklingsområden.

Ett samiskt gästgiveri

Viddernas hus är namnet på ett av kommunens nya företag. Dit ska stressade och utarbetade människor komma för att finna lugn och samla ny kraft.

– Vi vill dela med oss av en livsstil, det gamla samiska sättet att leva – ett lugnare och naturligare liv, säger Greta Huuva, en av de tre delägarna, medan orrarna slår fast i de frostiga björkarna precis utanför köksfönstret.

TEXT/FOTO: IRÉNE LUNDSTRÖM

Lagom till första advent slogs dörrarna upp till Viddernas Hus på Norrstrand i Purkijaur och gästerna strömmade till för att ta för sig av det samiska julbordet som dukats upp. Där fanns traditionella rätter som blodkorv, gravad sik, sylta av älgkalvkött, ren- och älgkorv, suosvas och gammeldags klappgröt, bara för att nämna något av allt det goda.

– Vi har haft en vision att tillaga allt själva och att inte ha så många rätter, det bygger på kvalitet, inte kvantitet – det ska vara lagom med mat. Det känns roligt att hålla mattraditionerna vid liv och börja laga de gamla recepten igen, menar Greta som tillsammans med sonen Jim och systern Monica Huuva driver Viddernas Hus.

Konferenser och företagshälsovård

Tänkarna på att starta ett gemensamt företag har funnits länge. Varje gång Greta och hennes syster Monica träffats har de



Jim Huuva äger och driver det samiska gästgiveriet Viddernas Hus i Purkijaur tillsammans med Monica Huuva och Greta Huuva.

konstaterat: ”vi måste hitta på något så vi får jobba ihop”. Monica som bor i Värmland och har jobbat på Selma Lagerlöfs SPA och haft kaféerörelse i Sunne, hade många användbara erfarenheter och idén om ett ”samiskt gästgiveri” föddes, ett ställe dit folk kan komma för att lära sig ta det lugnt och bekanta sig med den samiska kulturen och levnadssättet. I somras kom sonen Jim hem och sa: ”nu har jag hittat huset”.

– Efter det gick det snabbt, konstaterar Greta.

Huset förvärvades och kontakt etablerades med en större företagshälsovård i Stockholm. De letade miljöer för rekreation och vila för de många som drabbats av olika utmattningssymtom och är nu intresserade av att nyttja anläggningen. Köket byggdes om för att klara de krav som ställs och tre stora rum inreddes som matsalar och konferensrum. En arkitekt anlätades som började skissa på den åttkantiga kåta i timmer och glas som kommer att bli sommarens stora projekt.

– Vi vill kunna erbjuda ett annorlunda boende för mindre grupper. Kåtan kommer att inredas med sovalkover där eldstaden i mitten ska vara den centrala samlingspunkten. Till hösten kan vi ta emot företagsgrupper på upp till femton personer. I dagsläget har vi bara möjlighet att ta emot dagskonferenser, berättar Greta.

Samisk modevisning för journalister

Man arbetar mot tre målgrupper: närområdet som erbjuds olika arrangemang som personalfester och dagskonferenser, länets företag som erbjuds konferenspaket där man varvar arbete och rekreation och den tredje gruppen som är företags-

De samiska färgerna går igen i inredningen.

hälsovården. Enligt Greta vill man också nå kursarrangörer.

– Vi står för kringarrangemanget så att de kan koncentrera sig på kursinnehållet.

Närmast i tur på programmet står ett besök av ett 80-tal utländska journalister, inbjudna av Volvo, som ska få se en samisk modevisning och äta lunch i kåtan. Viddernas Hus är deras enda stopp i länet förutom Ishotellet och Luleå.

Viktigt att själv ha ett lugnt tempo

Jim Huuva har huvudansvaret för förädlingen av allt kött som serveras och handskas vant med det än så länge frusna renköttet som ska tillagas till kvällens julbordssittning. Efter att ha jobbat med maskinentreprenad runt om i Norrbotten och i Stockholm i ett flertal år tycker han det är roligt att vara tillbaka i hemtrakten. Att jobba med mamma och moster ser han inte som något minus.

– Vi trivs med varandra och tycker om att jobba tillsammans. Att hålla på med mat tycker jag är roligt men även att jobba med utomhusaktiviteter tillsammans med grupper. Jag har bra lokalkännedom, jag har alltid färdats i markerna och är intresserad av jakt och fiske. Blir man less på att stå i köket kan man alltid spåra någon mård eller jaga lite fågel.

Jim räknar dock inte med någon hel-tidssysselsättning på Viddernas Hus än så länge.

– Det kommer att finnas lugna perioder och därför är det bra att vi alla har mycket att falla tillbaka på, vi kan ta mindre jobb här och där under året, menar Jim och får medhåll av Greta och Monica.

– Det måste finnas tid mellan grupperna. Vi måste leva som vi lär och själva ha ett lugnt tempo i kroppen, annars är vi inte trovärdiga.



Tillväxt inom IT

IT-sektorn har de senaste åren inte direkt nämnts som något framtids hopp för Jokkmokks del. Trots det är PICAB just nu det starkast växande företaget i kommunen och är nu ett av kommunens största med sina 45 anställda. Återigen har företaget växt ur sina lokaler och därför nyligen flyttat verksamheten till före detta Rödluvans förskola på Nyborg.

– Största anledningen till att vi lyckats är mixen mellan IT-kompetens och elnätskompetens. Eftersom vår nisch är digitalisering mot elnätsbolagen så behövs elnätskunskap för att vi ska kunna hålla kvaliteten. Tack vare vår placering i Jokkmokk och Porjus finns den, dels tack vare före detta vattenfallare men också tack vare Vattenfall Training Centre som hjälpt oss att utbilda personal. Många konkurrenter har försökt sig på denna marknad men gjort misstaget att rekry-

tera personal utan den specifika kunskapen och så enkelt är det inte. Vi har fantastiskt duktig personal, menar Johan Rydström, VD på Picab.

Birger Lundberg på Strukturum gläds över utvecklingen och menar att även ledningen har del i framgången.

– Jag tror det beror på att företaget har en ledning som haft känsla för rätt inriktning inom IT när andra drabbats av drastiska nedskärningar. Det visar på en progressiv företagsledning.



Glada återseenden på Gärdet i Stockholm. Åsa Eriksson, Strukturum, får syn på en före detta jokkmokksbo som sekunden därpå fick en riktig björnkram.

Till höger: Jokkmokks stolta brännbollslag.



Norrbottensdagen

Att marknadsföra sig är svårt och kostsamt, oavsett om det gäller ett företag eller en kommun – därför har Norrbottens fjorton kommuner tillsammans med Länsstyrelsen gjort gemensam sak för att göra PR för hela regionen. Satsningen kallas *Norrbotten presenterar* och i maj är det dags för den tredje visiten på Gärdet i Stockholm.

TEXT: IRÉNE LUNDSTRÖM. FOTO: NORRBOTTEN PRESENTERAR

– Norrbottens har haft den allra största utflyttningen till stockholmsregionen så det är där vi kan nå flest utflyttade, berättar Anita Lindfors.

– Vi tycker det är viktigt att skapa relationer med människor som har sina rötter i länet och det är därför vi nu bygger upp ett gemensamt norrbottensregister med adresser till utflyttade för att så småningom kanske kunna ha ett gemensamt inflyttningsprojekt.

Att öka attraktionskraften för Norrbotten handlar i mångt och mycket om att tydliggöra vårt attraktiva boende, utbild-

ningsmöjligheter, arbetsmarknad nu och i framtiden samt lyfta fram Norrbottens livskvalitet.

– Allt fler har börjat omvärdera sin tillvaro både vad gäller tid och livsstil. Många ägnar åtskilliga timmar i veckan till att pendla, dessutom är levnadskostnaderna betydligt högre i storstadsregionerna än här. Vi har faktiskt också ofta ett bättre fritidsutbud än i Stockholm där man på många håll har svårigheter att få träningstider eller möjligheter att utöva sina intressen på de tider man vill. Vi har enormt många fördelar i Norrbotten och det måste vi påminna om.

Projektet har lockat hemvändare

Några kommuner som direkt sett effekter av kontakterna som knutits på Gärdet är Kalix och Boden. Man har informerat om lediga jobb och direkt fått dem som sökt och flyttat hem.

Jokkmokk har just nu inte så många arbetstillfällen att saluföra.

– Även om Jokkmokk är en liten kommun med få lediga jobb så handlar det ändå om att skapa relationer och bry sig

om våra utflyttade så att vi inte helt tappar kontakten med dem. Vi har fått väldigt positiva reaktioner och haft väldigt många som som sökt upp oss.

Ett stående inslag på Gärdet är brännbollsturneringen där varje kommun försvaret heder och ära med hjälp av förstärkning från "norrbottensstockholm-are".

– Sist vann vi inte men vi slog i alla fall Lule Hockey!

Tipsa släktingar och vänner!

Den 24 maj är det alltså dags för denna gigantiska återträff på Gärdet i Stockholm. Ifjol besöktes evenemanget av 5.500 personer vilket var betydligt fler än föregående år.

Har du släkt och vänner i Stockholm med omnejd, tipsa dem att åka ut på Gärdet den 24 maj för att umgås och ha trevligt en stund med folk "hemifrån".

Mer information finns på:

www.hemstad.nu och så småningom också på kommunens hemsida.



Polcirkeln, fjällbygden, samekulturen, människorna och livsstilen utgör unika profiltillgångar för Jokkmokks kommun. Här finns den orörda storslagna naturen med Sarek och andra kända nationalparker. Just denna vy är från Staika, väster om Kvikkjokk.

JOKKMOKK som varumärke

I takt med att konkurrensen mellan kommunerna hårdnar i kampen om människor, arbetstillfällen och attraktiva boendemiljöer så ökar vikten att kunna presentera sin kommun på ett tydligt och positivt sätt. Det gäller att profilera sig, sticka ut hakan en aning och kanske det viktigaste av allt – att alla som bor i kommunen förmedlar samma bild och säger samma sak.

I detta nummer av Jokkmokksmagasinet tittar vi närmare på den vision som formulerats och låter några kommunbor tycka till.

TEXT: IRÉNE LUNDSTRÖM. FOTO: TOR LUNDBERG

Alla talar om det starka varumärket ”Jokkmokk”, men vad består det egentligen av? Kan vi slå oss till ro med att ”alla” känner till Jokkmokk eller måste vi tillsammans hjälpas åt att förstärka bilden av Jokkmokks kommun? Är kommunen en attraktiv plats med framtidsmöjligheter och goda förutsättningar för ett bra liv? Vilket ansvar har du och jag för den bild av Jokkmokk vi förmedlar till andra? Det är frågor som vi alla bör ställa oss ...

En exotisk mötesplats i livet

Utvecklingsavdelningen på Jokkmokks kommun har nyligen avslutat ett omfattande arbete med en marknadsföringsstrategi för att renodla bilden av Jokkmokk. En vision har formulerats, se spalten till höger, där även några kommunbor uttrycker sina åsikter.

– Målet är att Jokkmokks kommun ska upplevas som dynamisk med unika natur- och kulturmiljöer. Att Jokkmokk utstrålar

en harmonisk livsmiljö så att vi får en ökad tillströmning av turister och människor som vill bosätta sig i kommunen samt att vi får en ökad tillväxt inom näringslivet, säger Anita Lindfors på Utvecklingsavdelningen.

– Varumärket ska vara laddat med naturen, livsstilen och starka känslor som väcker en längtan till Jokkmokk.

Namnet Jokkmokk är speciellt

Enbart namnet Jokkmokk är med sina fyra kn speciellt och upplevs exotiskt och lockande även internationellt. De flesta människor placerar Jokkmokk i Lappland och förknippar namnet med fjällbygd, samekultur och vintermarknad. Har man en gång hört namnet Jokkmokk kommer man ihåg det.

Mer om arbetet med att förstärka Jokkmokks varumärke kommer i nästa nummer av Jokkmokksmagasinet.

Grafiska riktlinjer för användandet av Jokkmokks varumärke har tagits fram med regler om var, hur och när varumärket får användas. Organisationer, föreningar och företag tillåts numera använda märket efter godkännande av Utvecklingsavdelningen, Jokkmokks kommun. De grafiska riktlinjerna finns att få på kommunkontoret, kontakta Margaretha Dahl Sandling, tfn 0971-172 05.

■ JOKKMOKK ■

VISION

”Jokkmokk är en exotisk mötesplats mitt på polcirkeln dit människor från hela världen kommer för de unika utbildningarna, den intressanta kulturen, den harmoniska livsmiljön samt för att uppleva den storslagna naturen. Minst en gång i livet skall man ha gjort en resa till Jokkmokk – för en dag, en vecka eller ett par år.”

Är det en bra vision – stämmer den överens med den bild du själv har av Jokkmokks kommun?

Så här tycker tre kommunbor:

Kjell Svensson, Jokkmokk:

Det lät väl bra! Grunden för mig är naturen, skoter, jakt och fiske och alla årstider – det är därför jag trivs här och det är väl exotiskt på sitt sätt.

Vad rekommenderar du besökare som kommer till Jokkmokk att göra?

Alla har så olika intressen så det gäller att lyssna av, de flesta vet redan mycket om Jokkmokk. Själv har jag lätt för att ta kontakt med folk och många kommer hit flera gånger bara för att få prata. Man samlar på sig lite broschyrer och tidtabeller så att det blir enkelt att berätta.

Gunilla Almqvist, Porsj:

Jag tycker de lät vackert, det är väl det vi alla strävar emot. Var finns det egentligen en bättre livskvalitet än i Jokkmokk? Det känns att det finns en tanke bakom visionen.

Har du som privatperson något ansvar att marknadsföra kommunen.

Naturligtvis. Allra helst då man har ett jobb där man träffar mycket folk. Det bästa är om man kan hjälpas åt att föra ut budskapet – mun mot mun metoden är alltid bäst.

Tor Lundberg, Kvikkjokk:

En bra formulerad vision. Framförallt har vi en enormt läcker och mångfacetterad natur med stora skillnader i naturtyper. Jokkmokk bör också göras känd för den goda samverkan som finns mellan den samiska och den svenska kulturen.

Tror du att det är viktigt att vi utåt presenterar en enbetydig bild av Jokkmokks kommun?

Absolut! Vi måste ha ett varumärke som inrymmer några fraser som vi tjuvas och trummar ut i alla möjliga sammanhang.

