

INTERVJU MED MARIA MOLIN SÖDERBERG OCH REBECCA MOLIN, RENT A LOCAL i deras hemmakontor i Torps-Viken

Först berättar de om bakgrunden med stödet från Åkroken:

Åkroken business inkubators rådgivare har varit till god hjälp. Vi vann "jag har en idé"-tävlingen som Åkroken ordnade. Fått hjälp med lokaler, coaching, kontakter mm. Almi t ex. Det var i olika steg – först för-inkubator ett halvår, sen pitcha för att ta sig vidare till breddprogrammet – vilket innebär mer hjälp och stöd. Kriterierna är idé, satsning och omsättning. Konzeptutveckling är viktigt att jobba med, där har Åkroken varit ett bra stöd.



(R=Rebecka, M=Maria)

Vad är en talang, hur definierar du det? –Nåt som man är lite bättre på än massan. (R)

–Medfött bra på nåt! (M)

Hur utvecklas talanger? –Uppmuntran och stöd, att man blir bekräftad. (M) –Gynnsam miljö (R)

Hur tar vi vara på talanger? –En del. De som redan är talanger inom t ex fotboll får ju resurser, då pumpas det in pengar. Men de som är mer "quirky" riskerar att falla bort, den typen av talanger är svårare att placera. (R) –Vi är väl själva exempel på udda talanger, haha!, det märktes att vi var tvungna att bevisa att vi menade allvar med våra idéer, folk var

brydda i början. Men sen när det började stå om oss i media då vände det. Det kan vara svårt att bo så här i landsbygden och kunna utvecklas, kunna hitta likasinnade. (M)

Kan vi skapa talanger? –Nej, talang är medfött. (M) –Nej, men om man hittar någon med den äkta känslan går det lätt att utveckla, svårare att fabricera en känsla eller ett driv. (R)

Vem eller vilka i länet "äger" talangfrågan? –Skolan först och främst. Det är där ljuset tänds, tidigt, men det är också där det kan släckas. (R)

Hur identifieras talanger bäst? –I skolan, återigen. Det finns barn med föräldrar som inte ser eller hjälper till, lärarna är viktiga! (R) –Precis, skolan! Se bara hur bra musikskola vi har i Ånge och vad det betytt för band som Corroded. Musikskolan är högklassig och gratis! Nu är Ånge kända för musiken, nu gäller det att komma ihåg annan talang också! (M)

Vad attraherar talanger, förutom pengar, tror du? –Stimulerande miljö. Stimulerande människor. (R) –Utrymme att få hålla på med det man vill och kunna skipa det man ogillar. (M)

Vilken är den främsta utmaningen för rekrytering av talanger? –Nu tänker jag utifrån vår kommun. Utmaningen är att det inte finns bredd. (R) –Precis, om man är extrem talang får man ingen utmaning att utvecklas om det finns för få att jobba med, man kan bli själv. I Stockholm (där jag jobbat på reklambyrå tidigare) var man ständigt matad med intryck, här måste du leta dig fram till saker på ett annat sätt. Är man talang så har man en unik gåva och måste få hitta sitt nätverk! Det är bra med nätverksträffar, även om man inte alltid hinner på dem, de ordnas oftast i Sundsvall...(M)

Ser du några trender, branscher som är på uppgång i Västernorrlands län? –infokvällar, det dras igång projekt, besöksnäringen är på G! Det är mycket mer samverkan nu, Ånge ingår i DSTN Sundsvall nu vilket är bra och nödvändigt, men behåller ändå sin identitet. (R) – Musikbranschen, Ljungarocken med mera, öppen tillåtande miljö. Också det lokala mathantverket, Hussborg mikrobryggeri till exempel. (M)

Frågor om utvecklingsmiljöer i länet och vad som attraherar talanger:

Vilka är de viktigaste utvecklingsmiljöerna i länet? –Skog och industri. Och besöksnäring!

Vilka västernorrländska utvecklingsmiljöer tycker du har störst attraktionskraft? –Samma.

Hur kan man se att dessa miljöer lockar talanger? –Nya initiativ och idéer märks. Det byggs ut, kommer nytt, vi ser ju timmerbilar passera här hela dagarna och "SCA" är ett företagsnamn man ofta hör nämnas!

Hur marknadsförs dessa miljöer idag? –Knackigt, de kör på i gamla hjulspår. Jag gjorde en annons åt Callans trä, de berättade att skogen här i området är den bästa i Europa, riktig premiumskog av mycket hög kvalitet – sånt borde man snacka mer om! Samverkan inom marknadsföring och branding är verkligen viktigt att satsa på, det är verkligen inte alla små företag som har tid eller resurser att lära sig sånt. Jag tror på samordnad, övergripande marknadsföring som kan slå mer på stort! (M)

Är de nationellt och/eller internationellt erkända/kända? –Ja, det är de ju. SCA och besöksnäringen. I hela världen. Höga Kusten, S:t Olavs-leden.

Något som inte finns men "borde" finnas? –Fler medelstora företag! Storföretag och enmansföretag finns det gott om. Men hur kan fler små växa till medelstora? (R) –Sundsvall som hamnstad – jag tänker konkret; ett hamnstråk med restauranger, småbutiker. Tror det skulle vara ett lyft för stan – och den är ju viktig för hela Västernorrland. (M)

Vad har regionen för attraktionskraft? –Stor! Tänk bara naturen. Sundsvall. Handeln i Birsta. Som några exempel.

Vad skulle det kunna betyda att kunna hitta talanger bland utrikes födda? –Det skulle betyda jättemycket för hela länet. Människor som ser nya möjligheter kan skapa de miljöer som saknas idag, i både stad och landsbygd.(R)

Tycker du att Västernorrlands län ska satsa långsiktigt och strategiskt på talangförsörjning? Hur konkret ska det gå till, vilka aktörer bör ta huvudansvaret, hur ska arbetet planeras och finansieras? –Ja, absolut. Det kan Västernorrland gå i täten med. Om man vill få in något nytt, bryta det fyrkantiga tänkandet. Tänk dig en gräddtårta – det spelar ingen roll hur god den är om du inte garnerar den, gör den attraktiv och visar upp den. Då vill fler smaka! (R) – Konkret kan man börja i det lilla – till exempel i några skolor. Aktivt arbeta med att identifiera och uppmuntra talang hos barn och unga. Jag tror på en satsning som gör det COOLT att plugga! Det kan uppmuntras mycket mer. Testprojekt med "talangscouter" som arbetar i några klasser i högstadiet och gymnasiet. Tror det kan vara ett spännande sätt att börja närma sig frågan om talangförsörjning. Visa unga mycket tydligare att "det finns fler möjligheter för dig!", genom att låta dem möta olika inspiratörer till exempel. (M)

Varför är just ert företag viktig för länets framtid? –Därför att vi gör något aktivt för att skapa ny stolthet över landsbygden! (R) –Vi lyfter talanger i Ånge kommun i vårt företag – hela tiden. (M) –Precis, många är sjukt duktiga, det behöver inte alltid vara något stort, det viktiga är att hitta just det personen gillar och är bra på.(R) –I vårt företag kan det handla om att hitta någon som är expert på att hitta bär i en viss skog och som kan ta med turister dit. Det är också en talang, speciellt som tusan!(M) –All talang, allt entreprenörsskap, all kreativitet handlar i grunden om att undersöka "vad kan jag, vad är jag bra på, vad finner jag glädje i, var hittar jag mitt nätverk, var finner jag mitt kulturella utbyte?" Det går att tillgängliggöra sin talang, men man måste bli sedd av andra.(R) –Den individuella, unika kunskapen är värd något. På landsbygden är det möjligt att kunna bo och jobba om man hjälps åt, gemensamt visar upp varandra och bygden. Det går att tjäna pengar genom innovation inom till exempel besöksnäring. Men Västernorrland har ett problem. Vi har ingen länsidentitet – det är för stort. Om en idrottsprofil i Sundsvall vinner något känner jag ingenting, det är liksom inte "min" idrottsprofil. Jag tror på mycket mer samverkan – är avis på Jämtland och Dalarna som har sin självklara identitet. Det är bra med Destination Sundsvall och Höga kusten, men var och en har ändå sitt eget, vi skiljs åt så tydligt. (M)

(Rebecca lämnar nu intervjun, hon måste hämta på dagis! Jag och Maria pratar en stund till.)

Vilken sorts talanger är det i första hand ni söker? –De som är bra på att vara sig själva. Vi lägger mycket tid på att få dem att fatta att det de har och det de kan är en tillgång. Det är en självförtroendegrej.

Vilken betydelse har ledarna/coacherna? –Ledaren är jätteviktig – måste ha kunskap i hur man ser och bekräftar talanger, hur man ska kunna ge utrymme till utveckling.

Vad i ert "tänk" kan appliceras på andra branscher för att locka talanger? –Att vi gräver där vi står! "Vad har vi här?" Det går att hitta innovativa lösningar. Alltför ofta startas nya organisationer och webbplatser som ska jobba övergripande med utveckling. Men det mesta är redan gjort för tio r sen. Destination Ljungandalen till exempel, där jag satt med. Även om det kommer nytt folk i styrelsen blir det bara samma tugg. Om och om igen. Till sist tänkte jag "nej, nu sitter jag inte på fler såna här möten, nu gör jag nåt, jag vet allt vad vi har – det är dags att göra något av det!" Gör man det man brinner för blir det inte jobbigt. Swedish countryside och rent a local är varumärkesskyddade begrepp och vi har målet att detta ska säljas in i hela Sverige. Att vi ska kunna åka runt och lära ut det testade och lyckade konceptet. Funkar det i Ånge så funkar det i Skåne eller Lappland! När arbetsättet är etablerat, då kommer man att börja tjäna pengar.

Hur ser du på branschvis samarbeten? –Det är bra. Destination Sundsvall är självklart ett måste för att Ånge också ska få uppmärksamhet. Men som sagt – jag tror på mycket mer länsvis samarbete och byggande av "vi-anda" i Västernorrland. Turisterna som kommer hit ska ha en god upplevelse hela vägen och vi ska hjälpas åt för att ge det.

Vad vill du hälsa västernorrländska beslutsfattare/makthavare? Vad bör de satsa på för att få fart på talangförsörjningen i länet? –Satsa först på skolan! Tänk brett. Sätt igång ett försök som går ut på att hitta sätt att identifiera och ta vara på talanger.

Text och bild Ann-Louise Rönestål Ek