

# NÄRINGSLIVET

## I UDDEVALLA

*Glad sommar!*

önskar vi från Avdelningen på Hållbar Tillväxt!



## Bohuslänsk naturturism med Upplevelsebolaget



**Mer läsning** | Frenberg Agency – byrån som växer | Cirkulär kommun  
Hafsten Resort expanderar | Uppföljning Västsvenska Handelskammaren  
Däckåtervinningsanläggning öppnar i Uddevalla | CraftCo flyttar in



## Sommaren i Bohuslän säger aldrig nej..

...eller som vår kära hädangångna Astrid Lindgren sa i första, efter lång tid, möte med syster sin...."- döden, döden, döden... och nu pratar vi om något annat..." Om vi omsätter detta på våra nästan två senaste år och inför vår sommar, så säger vi covid, covid, covid, vi hoppas det tar slut och att vi pratar om sommaren kan ta fart...sjölvklart med all ödmjukhet och medvetenhet att det inte är över.

**Men sommaren skall inte säga nej**, vi skall längta och uppleva. Våra företagare och aktörer behöver med all tillgänglig kraft göra ett sommarutbud och vi som konsumenter och publik måste svara upp på att stimulera till affärer, konsumtion och just upplevelser när vi kan.

**Uddevalle har fått säga nej** till mycket under ett par år, men hjärtat i Bohuslän slutar inte att slå. Vår sommarpulsäder till stad och kommun kommer att bjuda in till en härlig sommar och med ett välkommande glädjas vi alla av gästfrihet, utbud och värme.

Gäster, sommarboende, åretruntboende, välkomna till Uddevalla, hjärtat i Bohuslän och vår värmande gästfrihet.

Och till vårt näringsliv önskas en särskild uppmuntran från oss på Hållbar Tillväxt, förstås!

Med hurtig göteborgsk bohuslänska utropas, Bra kämpat!



**Massor av sommarhälsningar från Anders med kollegor!**

**Anders Brunberg**, Tillväxtchef  
Avdelningen för Hållbar tillväxt  
0522-69 60 61



Följ oss gärna på sociala medier: LinkedIn och Facebook där vi heter **Näringsliv och tillväxt i Uddevalla**



**Avdelningen för Hållbar tillväxt** medverkar till att förverkliga kommunens vision om en god livsmiljö och ett gott näringslivsklimat. Vi verkar för en positiv utveckling i de befintliga företagen och för att stimulera företagsamhet och entreprenörskap.

**Näringslivet i Uddevalla** ges ut av Avdelningen för Hållbar tillväxt i Udde-

valla kommun med sex nummer per år.  
**Ansvarig utgivare:** Anders Brunberg, Chef  
**Redaktör (text, bild, grafisk form):** Jesper Jansson, Medieproducent / Kommunikatör  
**Framsidesbild:** Joakim Hermanson / Upplevelsebolaget  
Vi reserverar oss för eventuella tryckfel.

# 31,42%

Arbetsgivaravgiften för 2021. Med arbetsgivaravgift menas de avgifter som arbetsgivaren betalar för varje anställd person utöver arbetstagarens lön.  
Källa: Ekonomifakta.se

**Nominera årets företagare!**

[foretagarna.se/uddevalla](http://foretagarna.se/uddevalla)

## Har du frågor om näringslivet? Vi är din kontakt!

**Är du företagare i Uddevalla kommun eller har du planer på att etablera dig i kommunen?**

Kommunens näringslivsutvecklare underlättar företagets kontakter med olika delar av kommunens verksamheter. På Avdelningen för Hållbar tillväxt finns personal som arbetar med företagsetableringar, innovationer, besöksnäring, kultur, landsbygdsutveckling, martima frågor och mycket mer.

### Kontakta oss gärna:

via telefonnumren nedan eller via e-post: [foermamn.eftermamn@uddevalla.se](mailto:foermamn.eftermamn@uddevalla.se)

### Vad vill du läsa om?

Tipsa oss! [hallbartillvaxt@uddevalla.se](mailto:hallbartillvaxt@uddevalla.se)

### Besök vår hemsida:

[uddevalla.se/naringsliv-och-arbete](http://uddevalla.se/naringsliv-och-arbete)



**Clas Mellby**  
Näringslivsutvecklare  
0522-69 61 89



**Sophie Carling**  
Näringslivsutvecklare  
0522-69 61 53



**Helena Henriksson**  
Utvecklare: besöksnäring  
0522-69 84 71



**Anneli van Roijen**  
Utvecklare  
0522-69 61 49

## Bohuslänska

Förutom kajakpaddling har **Joakim Hermanson rest världen över, något som gett honom en bred och djup kompetens i branschen. Det återspeglar sig i Upplevelsebolagets internationella målgrupp och också deras framgångsfaktor i en företagsresa som pågått i 27 år.**

Upplevelsebolaget ägs och drivs av Joakim Hermanson som startade företaget tillsammans med två kompisar 1994. Initiativet kom från det egna intresset med resor och kajakpaddling, men framförallt att de såg en stor potential med upplevelser i naturen, något som inte riktigt hade tagit fart i Sverige på den tiden. Joakims bakgrund och erfarenheter har också gjort honom till en uppskattad föredragshållare.



BILD: KAROLINE ABRAHAMSSON

"Att sälja upplevelser; det är det som gör att människor väljer att komma hit till Bohuslän", säger Joakim Hermanson, ägare Upplevelsebolaget.

- Det har alltid varit väldigt tydligt för oss vad det är vi vill göra. Vi har i stort sett hela tiden bara fokuserat på att sälja upplevelser. Företagsgrupper var vår främsta kundgrupp när vi började. Över tid har det breddats, vi har kunnat inrikta oss mer mot privatpersoner. Intressant nog är inte svenskar vår primära målgrupp, vi har främst internationella kunder, men pandemin har gjort det tufft, säger Joakim.

Turistnäringen med kringliggande områden har drabbats hårt av restriktionerna som legat fram till den siste maj. Förhoppningsvis kan de lättade nationella restriktionerna göra att branschen kan få tid att återhämta sig, men prognoser visar på att även detta år kan bli en tuff säsong.

### Satte Bohuslän på världskartan

Upplevelsebolaget är en viktig entreprenör i Bohuslän där Joakim tidigt började pitcha in koncept hos offentliga aktörer för att få med dem på taget.

- Det vi har här i Bohuslän är väldigt unikt så det var redan då viktigt att försöka få fler att förstå hur speciellt det faktiskt är här. Jag fick ett uppdrag av Turistrådet Västsverige att

## upplevelser i Uddevalla och världen

ta fram landets första regionala strategi för naturturism.

Det envisa arbetet ledde senare till riktlinjerna för företagsutvecklingssystemet Swedish Welcome samt att CNN publicerade en lista med de 10 mest spännande platserna där Bohuskusten på nummer 7 omskrevs i flera artiklar 2013 och 2017 ("Paddling wild in Sweden's kayaking paradise").

### Skillnad på friluftsliv och naturturism

Det är viktigt att komma ihåg skillnaden mellan friluftsliv och naturturism. De båda grupperas ofta ihop vilket kan leda till en viss urholkning av förståelsen för branscherna. Enkelt förklarar kan man säga att friluftsliv oftast inte omsätter några pengar och är mer ihopkopplat med ideell sektor och föreningsliv.

Naturturism är mer relaterat till besöksnäring och näringslivet; det finns med andra ord betydligt fler näringsidkare i omlopp. Men något som är lite betingat inom naturturism är att företagen tenderar att vara kortlivade, här står Upplevelsebolaget ut från mängden.

- Att driva en verksamhet som vi gjort i snart 27 år är ganska unikt i Sverige. Det är många som gör det en tid men sen går de ofta över till något annat. Vi är stolta över att vi lyckats bita oss kvar såhär länge, speciellt om man tänker på att vi bara fokuserar på naturbaserad turism med kringliggande förgreningar. Att sälja upplevelser; det är det som gör att människor väljer att komma hit till Bohuslän, säger Joakim.

### Vad har varit den svåraste utmaningen för er under pandemin?

- Vi har inte kunnat göra alla rätt, egentligen från något håll. Vi jobbar med turism, och nu har resor nästan blivit förbjudet. Det har varit svårt, minst sagt! Under de 27 år vi hållit på så har vi aldrig haft några bidrag

### Joakim Hermanson

**JOB:** Ägare av Upplevelsebolaget och generalsekreterare för Naturturism-företagen.

**BOR I:** Uddevalla.

**ÅLDER:** 58 år.

**FAMILJ:** sambo och två små barn; en kille på 7 år och liten pojke på 8 månader.

**FRITIDSINTRESSEN:** "mitt jobb är min fritid kan man säga".

**DOLD TALANG:** "jag är grym på bords-hockey!"

### Upplevelsebolaget Väst AB

**BOLAGSFORM:** AB

**REGISTRERINGSÅR:** 2006

**ANTAL ANSTÄLLDA:** 2 st

**NETTOOMSÄTTNING:** 1 336 tkr

**KÄLLA:** allabolag.se (2019-12)



Upplevelseladan ligger vackert beläget vid Gustafsberg "Tanken är att vi ska öppna ladan igen som en form av upplevelsebaserad medlemsklubb", säger Joakim.

eller extern finansiering. Det här egentligen första gången under alla de åren som vi gått på sparläga.

den strategin så fördubblade vi faktiskt vår omsättning under ett par år.

### Hur många anställda har du haft innan pandemin?

- Nästan ingen har året runt anställda i vår bransch. Däremot har vi haft många säsongsanställda beroende på aktivitet och den goda förmånen att ha samma återkommande säsongsanställda, så det är som ett team. Flera av dem har vart

med oss under 10 års tid. Vi jobbar också ofta med återkommande frilansare. Jag känner en stor tragedi nu under pandemin eftersom vi inte kan skapa arbetstillfällen.

### Hur kommunicerar ni med era målgrupper?

- Vi använder oss av traditionella medier som sociala medier, annonser, hemsida mm. Men inriktar oss och mycket på relationsbyggande med personliga möten. Exempelvis för några år sen gjorde vi ett 'experiment' där vi drog ner marknadsföringsbudgeten till noll, för att sedan istället fokusera på att leverera så bra som möjligt mot våra kunder och gäster. Den idén kom från när vi hade ett litet gäng från Spotify på paddling. De berättade att 70% av deras budget i marknadsföring handlar om att göra sina befintliga kunder nöjda. Med

### Berätta om din roll i

#### Naturturismföretagen?

-Jag arbetar som generalsekreterare för Naturturism-företagen, som är nationell branschorganisation för de företag som erbjuder turism i svensk natur. Vi jobbar bland annat med kunskapsspridning och påverkansarbete för att förbättra förutsättningarna för svensk natur- och ekoturism.

Vi har bland annat, efter en lång process, lyckats bidra till att momsen 2018 sänktes på naturguidningar, vi har skrivit en nationell strategi för naturturism och vi driver Sveriges enda märkningssystem för hållbara upplevelser i naturen - Nature's Best.

### Hur vill du växa och utveckla din verksamhet?

- Vi har ett jättespännande upplevelseutbud varje sommar! Vi bygger ut i Upplevelseladan med massor av spännande aktiviteter, det ska bland annat bli ett klättermuseum. Tanken är att vi ska expandera ladnan som en form av upplevelsebaserad medlemsklubb. Den viktigaste faktorn i vår bransch är inte alltid ekonomiska aspekter, det är drivkraft, så länge man har det kommer vi klara oss. Jag är en ganska envis typ så vi tänker inte ge upp!

# ML-projektledning + Bergmex = sant

Efter ett antal år i samma lokaler, välintegrerat samarbete och samma syn på företagande och gick de båda bolagen samman 7 maj i år.

ML-projektledning säljer tjänster inom byggledning, projektledning, projektering, och närliggande som kvalitetsansvarig(KA) medan Bergmex säljer främst tjänster inom omgivningspåverkan från buller och vibrationer från sprängning, pålning etc. till byggen.

För Marcus Larsson har det varit en spännande resa sedan starten 2007 när han

**ML Projektledning i Uddevalla AB**  
BOLAGSFORM: AB  
REGISTRERINGSÅR: 2008  
ANTAL ANSTÄLLDA: 10 st  
NETTOOMSÄTTNING: 16 657 tkr \*  
KÄLLA: allabolag.se (2020-08)

**Bergmex AB**  
BOLAGSFORM: AB  
REGISTRERINGSÅR: 2017  
ANTAL ANSTÄLLDA: 4 st  
NETTOOMSÄTTNING: 6 854 tkr \*  
KÄLLA: allabolag.se (2020-08)

\* Sammanlagd nettoomsättning ca 25 MSEK



Marcus Larsson, vd ML-projektledning AB och Annette Neubronner, vd Bergmex AB.

bestämde sig för att bli egenföretagare istället för att arbeta med mark och exploateringsfrågor på Orust.

Redan från början bestämde han sig att bygga ett företag med en kultur som han själv uppfattar som föredömlig. Resultatet har blivit ett växande företag med 13 anställda som sprudlar av energi och engagemang. När Annette Neubronner, Andreas Berger och Jesper Johansson startade dotterbolaget Bergmex 2017 hade de liknande tankar.

## Slår ihop och rekryterar

Idag har Bergmex 7 anställda. Efter att de båda företagen slagits ihop har de arbetat

tätt tillsammans. De delar nu både lokaler och organisationskultur och därmed blir de MEXL. Just nu håller man på att rekrytera ännu fler medarbetare men man är alltid öppen för potentiella medarbetare med rätt attityd som passar in i kulturen.

## Medskapande och mångfald

Under hela intervjun kommer Marcus och Annette tillbaka till hur viktigt det är att ha en medskapande organisationskultur som kännetecknas av transparens. Man har även en bra mångfald ur jämställdhetssynpunkt och en bra spridning åldersmässigt bland medarbetarna.

# CraftCo flyttar sin svenska verksamhet till Uddevalla

CraftCo är en helhetsleverantör som säljer råvaror och utrustning med inriktning mot mikrobryggerier. Företaget är ett starkt varumärke i branschen och man vill vara bäst men samtidigt prisvärd. Nu flyttar de sin svenska verksamhet till Uddevalla.

Den 1 oktober ska de nya lokalerna stå färdiga med både lager och kontor ute vid Lillesjö. Huvudskälet till att det blev just Uddevalla är det unika läget mellan Göteborg och Oslo men även att man vill komma ifrån den uppskrivade storstadsintensiteten. När CraftCo dessutom skulle satsa på ett svenskt lager blir det betydligt bättre kalkyl än i Göteborg.

Nu på försommaren blir de fem anställda och ännu fler när lager-verksamheten kommer igång i höst.

**CraftCo AB**  
BOLAGSFORM: AB  
REGISTRERINGSÅR: 2017  
ANTAL ANSTÄLLDA: ca 5 st  
NETTOOMSÄTTNING: 27 904 tkr  
KÄLLA: allabolag.se (2019-12)



Bygget av nya lokaler med lager och kontor är i full gång ute vid Lillesjö.

Den svenska verksamheten startade 2017 och under 2020 omsatte man 48 MSEK och framåt väntas en fortsatt kraftig expansion med flera nya affärsområden.

## Huvudkontor i Oslo

Huvudkontoret ligger i Norge med en omsättning på ca 450 MSEK, man har ca 50 personal samt ett tiotal butiker på olika orter. Kunderna är i huvudsak mikrobryggerier men även så kallade "bryggargillen" där flera delar på utrustning och brygger tillsammans som en kollektiv verksamhet.



Anders Wall började som säljare och är idag ansvarig för den svenska verksamheten, han ser en ljus framtid för CraftCo i Uddevalla. "Det finns goda möjligheter att rekrytera framåt. För mig är det viktigt att personalen funkar ihop som ett bra team så det är något vi lägger stor vikt vid när vi rekryterar", säger Anders.

# Systrarna driver Frenndberg Agency – byrån som växer

Frenndberg Agency består av systrarna Jessica och Sofia Frenndberg. Bolaget grundades 2018 och då hade Jessica det först som en bisyssla men nu har de tillsammans tagit steget in i byråvärlden. Jessica har sedan våren 2020 drivit bolaget på heltid och under hösten samma år kom Sofia med på deltid och till årsskiftet på heltid.

Jessica har bakgrund från destinationsmarknadsföring och var tidigare anställd som marknadsansvarig på Uddevalla Turism. System Sofia har tidigare jobbat på eventbolag i Stockholm och Göteborg.

- Jag har jobbat flera år inom nöjesbranschen, bland annat som projektledare med eventproduktion. Just den biten passar väldigt bra för oss, eftersom vi har planer för att utveckla våra "eventben", men av förklarliga skäl har vi fått vänta med det. Pandemin gör det svårt att anordna event när man inte kan träffas fysiskt, säger Sofia.

Frenndberg Agency beskriver sig själva som "byrån som trivs bäst utanför din komfort zon". De producerar innehåll till sociala medier, varumärkesstrategier, hemsidor, tryckmaterial, kampanjer – en stor bredd – och hos systrarna osar det kreativitet.

## Nya lokaler

Idag jobbar de tillsammans i nya lokaler på Stora Hellevigsgatan 2, mitt i centrala Uddevalla. Lokalen är en gammal butikslokal som tidigare inhyste en designbutik. Det nära läget till gatan gör det perfekt för att ta emot kunder.

- Vi vill i större utsträckning ta emot våra kunder här på kontoret och kunna erbjuda kaffe och trevliga samtal, närheten till gågatan utanför ger oss en unik möjlighet för det. Relationsbyggandet med våra kunder är en otroligt viktig del av vårt arbete. Vi vill vara med i hela processen och få en genuin kontakt med kunderna där de ser oss som

**Frenndberg Agency AB**  
BOLAGSFORM: AB  
REGISTRERINGSÅR: 2018  
ANTAL ANSTÄLLDA: 2 st  
NETTOOMSÄTTNING: ca 650 tkr (ca 1,8 mkr under 2021)  
KÄLLA: allabolag.se (2020-12)



Systrarna Sofia och Jessica Frenndberg driver tillsammans företaget Frenndberg Agency. BILD: FRENDBERG AGENCY

den personliga byrån, att vi lär känna dem på djupet, säger Jessica.

- Kunden kanske kommer förbi på ett möte med oss och sen sitter resten av dagen och jobbar här, nästan som ett co-workingspace. Vi vill att det ska kännas som en öppen plats, säger Sofia.

## Lokalt är en styrka

Frenndberg Agency har sitt huvudsakliga fokusområde i Bohuslän med utgångspunkt från Uddevalla. Tack vare ett lokalt nätverk av kunder kan de nå fler företag genom personliga rekommendationer som sprider sig genom kollegor och bekanta.

- Vi tror stenhårt på ett personligt och nära relationsbyggande. Ett bra upplägg för detta är våra abonnemangsupplägg som gör det enklare för våra kunder att ha kontroll över sina marknadsföringskostnader. Små och medelstora företag som har lite varierande behov. Vi tror att många kunder återupptäckt att marknadsföring är väldigt viktigt, Corona har medfört att många tänker nytt om sin marknadspositionering. Exempelvis genom digitalisering och högre närvaro i sociala medier, det är inte bara hemsidor som gäller längre, säger Jessica.

## Tror ni att distansarbetet kommer öka som en effekt av pandemin?

- Vi tror att man kommer kunna sitta nästan vart som helst, det blir mer flexibelt. Många arbetsgivare behöver bli mer flexibla med hur man kan jobba, var man kan jobba. Vi har märkt bland våra kunder att många har

'tvingats' in i det digitala, men sen har de märkt hur bra det går ändå, säger Sofia.

## Har ni planer på att anställa?

- Vårt mål just nu är att skapa anställningsmöjligheter kring årsskiftet. Vi har ju trots allt precis dubblat arbetskraften och precis blivit med kontor, säger Jessica.

- Vi har precis fått lokalen, så vi behöver först landa lite och bara andas, men vi har mycket att göra så det behövs definitivt förstärkning, fortsätter Sofia.

Under våren har de haft en praktikant från e-commerce programmet här i Uddevalla som precis avslutat sin LIA-period.

Praktik är en viktig del av utbildningar idag och för många innebär det ett första steg in i arbetslivet, eller ett sätt att erhålla viktig erfarenhet som inte ges i skolbanken. Inom marknadsföring är det viktigt att få jobba med skarpa case.

## Kommer ni ta emot fler praktikanter?

- Det är definitivt aktuellt att ta emot fler praktikanter i framtiden, de är viktiga för oss. Vi får många förfrågningar på praktik men vi ställer också krav på att personen är självständig och ambitiös, ofta frågar vi 'vad vill ni göra?', 'vad kan ni?', 'vad har du för mål?' osv.

Vi säger hejdå till Jessica och Sofia och hoppas att vi snart kan komma förbi på en kaffe i det nya kontoret. Stort lycka till framåt!



**"Höghöjdsbanan är den senaste attraktionen och väldigt populär bland skolklasser. Banan kan ta emot maximalt 200 personer."**

**Familjen Grytfors** (Martin, Ingela, Madeleine och Kjell) samlad framför entrén till den nya höghöjdsbanan. Hela familjen arbetar i företaget och tillsammans med resten av personalen är de nu totalt 94 personer som sköter hela anläggningen under högsäsong.

**Hafsten Resort AB**  
**BOLAGSFORM:** AB  
**REGISTRERINGSÅR:** 1966  
**ANTAL ANSTÄLLDA:** 25 st  
**NETTOOMSÄTTNING:** 31 835 tkr  
**KÄLLA:** allabolag.se (2019-12)

# Hafsten Resort expanderar

**Bland trädtopparna, mitt inne i skogen, har Höghöjdsbanan nyligen öppnat. Snart öppnar även ett strandspa och en paddelbana. Familjen Grytfors fortsätter att expandera sin stora fina anläggning på Bokenäset och lockar många turister till oss i Uddevalla och övriga Bohuslän.**

Det är verkligen imponerande hur familjen Grytfors hela tiden expanderar sin verksamhet. Den fem-stjärniga resorten med det fantastiska läget vid havet ute på Bokenäset, strax utanför Uddevalla, har blivit en stor besöksanledning för Uddevalla och en favorit anläggning för många.

Här kan familjen få sitt lystmäte med att bada i de uppvärmda poolerna, hoppa luftkudde, leka på de fyra lekplatserna, cykla, rida och vandra. Ungdomar provar gärna den nya Höghöjdsbanan som invigdes nyligen, åker Zipline, tränar i gymmet eller solar på stranden. De äldre spelar boule, äter gott i restaurangen och badar bastu. Det är genomtänkt och det finns något för alla och envar.

## Återhämtar sig i pandemin

Ingela Grytfors, som äger anläggningen tillsammans med sin familj, berättar att Corona-pandemin först slog hårt även mot dem med ett 25% omsättningstapp, men att de nu har hämtat igen mycket.

- Mycket beror nog på att vi de senaste

åren har satsat extra på alla våra utomhusaktiviteter som har varit ett lyckokast under Corona-pandemin. Vi har rustat upp våra sju vandringsleder, som finns i olika sträckningar och svårighetsgrader och erbjuder också tipspromenader, orientering, paddlingsturer, elcykeluthyrning mm, berättar Ingela.

Hela familjen arbetar på företaget och tillsammans med resten av personalen är de nu totalt 94 personer som sköter hela anläggningen under högsäsong. Under resten av året är de 25 personer. Här krävs stora personella resurser för att få allt att flyta på för en sån här stor anläggning. Ungefär 2000 personer rör sig på anläggningen varje dag under högsäsong. Med tre restauranger, caféer, reception, administration, städ, pooler, vaktmästeri



**Högt upp i träden** går banan, en verklig utmaning även för den modige. Men säkerheten är på topp och instruktörer på plats för att hjälpa äventyrarna i trädtopparna. "Flera instruktörer, varav två heltidsanställda, är här utbildade för att kunna hjälpa personerna som ger sig av upp i trädtopparna utrustade med hjälm och sele", säger Ingela Grytfors



Den nya höghöjdsbanan ligger lummigt belägen en bit upp i skogen, gångavstånd från campingen.



För den som inte är sugen på att klättra i trädtopparna går det bra att njuta av utsikten, fast på marken.



# med fler utomhusaktiviteter

och alla utomhusaktiviteter förstår man att det är ett mycket stort företag.

## Bygger ut

Ännu är de inte klara med sin anläggning utan det är mycket på gång framöver.

- Nu bygger vi en paddelbana, som vi tror blir väldigt populär. Under sommaren öppnar vi vårt strandspa med bastu och pool som kan bokas av sällskap, berättar Ingela.

- Höghöjdsbanan är den senaste attraktionen och väldigt populär bland skolklasser. Banan kan ta emot maximalt 200 personer men nu när vi fortfarande har pandemin så är vi mycket försiktiga och följer Folkhälsomyndighetens rekommendationer. Flera instruktörer, varav två heltidsanställda, är här utbildade

för att kunna hjälpa personerna som ger sig av upp i trädtopparna utrustade med hjälm och sele.

Vi går upp för backen till Höghöjdsbanan för att se hur det ser ut. Banan har en tysk firma byggt och den ligger fantastiskt fint mitt inne i skogen, omsluten av grön mossa. De allra minsta, mellan 100-119 cm långa, har en egen bana i "Kids zone". Här planeras också ett café framöver som sedan även kan nås via en av vandringledererna.

Förutom detta har de kommit långt i planerna med ett hotell och inomhuspool.

- Vi har bygglov och allt klart för att starta vårt hotellbygge men har fått skjuta fram starten till hösten på grund av Coronan, säger Ingela. Hotellet ska innehålla 16 dubbelrum,

en stor delningsbar konferenssal för 250 personer och inomhuspool med spa.

## Fullbokat hela sommaren

På grund av pandemin har de nu nästan enbart svenska gäster men beläggningen framåt sommaren ser bra ut och stugorna är fullbokade ända fram till augusti. Det är ett bra kvitto på att alla deras investeringar i verksamheten är mycket uppskattade hos besökarna.

Jag lämnar Ingela, Kjell, Madeleine och Martin som är i full gång med sitt livsverk och tänker på vilka fantastiska företagare som vi har här i Uddevalla och på hur de genom åren har utvecklat Hafsten Resort till en av Uddevallas största besöksanledningar.

# Cirkulär kommun.

Inom Agenda 2030 växer tankarna om en cirkulär ekonomi fram allt starkare. Det är kan ibland vara ett svårt begrepp att förstå och förhålla sig till. Vi vet dock att det kommer att få omfattande konsekvenser för näringslivet och för kommunerna. För att vi på Avdelningen för Hållbar Tillväxt ska bättre förstå hur vi kan bidra till omställningen i allmänhet och stötta företagen i synnerhet, har vi tagit hjälp av Högskolan för Design Konsthantverk (HDK) vid Göteborgs universitet i kursen: Designpraktik i samhällsenlig kontext.

Sammanfattningsvis kan vi se ett antal steg på resan där det första är att vi på avdelningen måste skapa oss en gemensam bild om vad cirkulär ekonomi är men även bjuda in näringslivet på en lär-resa, vilket är denna artikels syfte. Därefter behöver vi hitta samverkansformer för hur vi kan stötta företagen i sina processer.

Idag står världen inför många utmaningar, då vi lever över våra tillgångar. I takt med klimatförändringarna så uppmärksammas människans påverkan som vi alla som samhälle behöver ta ansvar för. Det är viktigt att vi fokuserar på en hållbar utveckling som möter våra behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter till en trygg framtid.

Design är traditionellt kopplat till produkter eller grafisk formgivning. I modern tid kan design även vara en upplevelseinriktad och tjänsteorienterad process som stödjer en kreativ utveckling med kritiskt perspektiv.

Design kan bidra till samhällsenliga förändringar och öppna upp samarbeten med den offentliga sektorn för att införa nya metoder och perspektiv för hållbara och cirkulära lösningar. De offentliga organisationerna ansvarar samtidigt för att involvera tjänstemän att samarbeta och leda de hållbara lösningarna som tjänar allmänhetens intressen.

## Tre dimensioner av hållbarhet

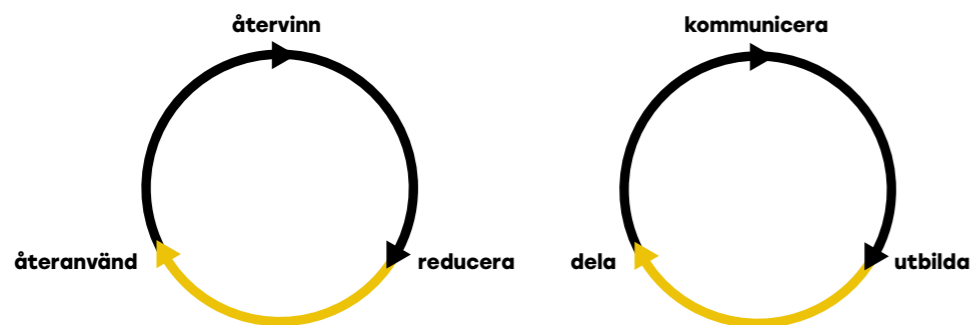
För att skapa en gemensam förståelse och applicera en hållbar utveckling och cirkularitet i vårt arbete, behöver vi dela upp och tolka de tre dimensionerna som hållbar utveckling bygger på; **ekonomi, socialt och miljö**, då faktum är att dimensionerna är komplext sammanhängande med varandra. Baserat på observationer, lägger vi fokuset främst på den sociala dimensionen, eftersom visionen bygger på att nå ett hållbart fungerande samhälle, där den offentliga sektorn och dem som arbetar inom den har ett stort inflytande.

Genom att hålla en workshop som fokuserar på värderingar och visioner för Avdelningen Hållbar tillväxt, observerades den interna arbetskulturen, vilket synliggjorde gruppdynamiker vid avdelningen.

Sociala relationer är ingångsportar för att skapa förståelse och en gemensam grund mot hållbarhet och cirkularitet. Alla tre dimensioner måste uppmärksammas för att kunna uppnå en cirkulär hållbarhet och vårt fokusområde startar med den sociala dimensionen.

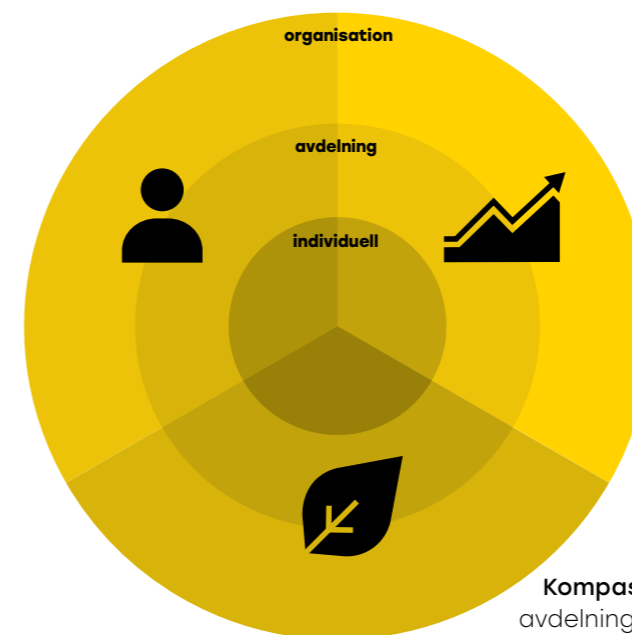
**Återvinnings-modellen.** Cirkularitet är ett koncept som mest är kopplat till den ekonomiska dimensionen, vi vill också hävda att den sociala dimensionen bör vara

cirkulär. Som inspiration till projektet översatte vi den traditionella återvinningsmodellen; **reducera - återanvänd - återanvänd till utbildna - kommunicera - dela**, för att illustrera vikten i nyckelorden gemenskap och hållbar samverkan.



## "Sustainability becomes a responsibility of man in society"

("The 4 Most Important Dimensions of Sustainability", n.d.)



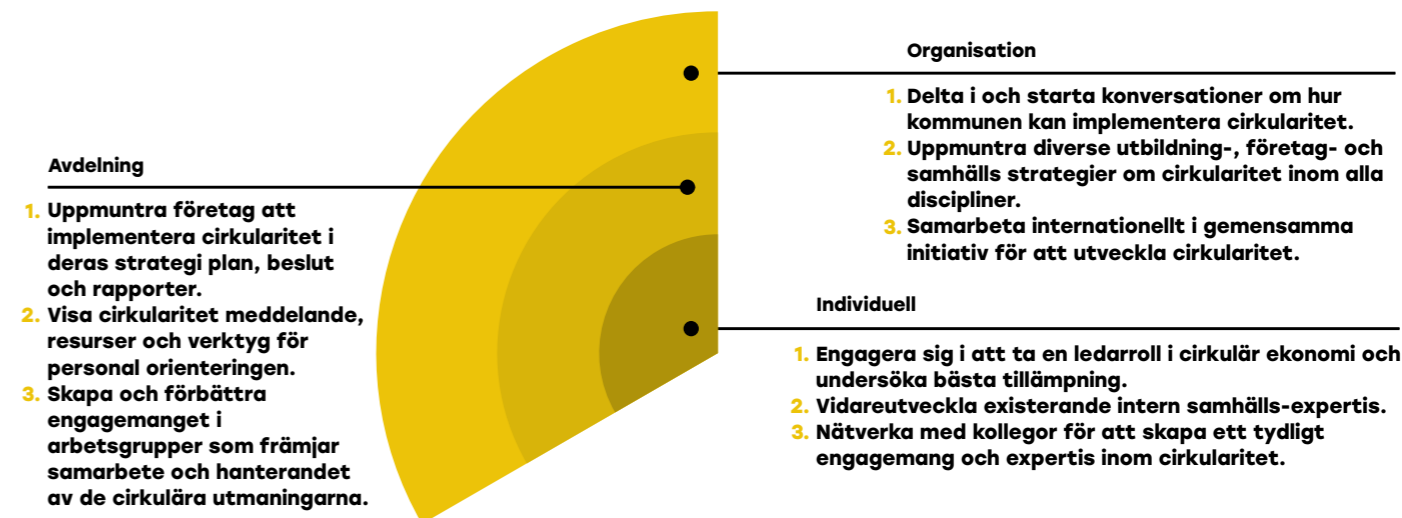
**Kompassen.** För att uppnå cirkularitet och ett hållbart tänk inom avdelningen, föreslår vi därför ett ramverk för ett verktyg, kallad kompassen, där vi inkluderar en samling av möjliga hållbara handlingar att implementera i en organisations struktur. I vår designprocess har vi uppmärksammat att dimensionerna behöver verka på ytterligare tre nivåer av engagemang: individuell, avdelning och organisation. Dessa nivåer behövs ta hänsyn till för kunna arbeta mot en cirkulär ekonomi.

**Sociala dimensionen** fokuserar på sociala strukturer och värden som är djupt inbäddade i våra handlingar och beteenden, såväl i kultur och i normer. Det sociala berör rättvisa, mänskliga rättigheter och livsstilar.

**Miljö dimensionen** ligger som grund till att förmedla hur vi ska tillhandahålla naturresurserna. Denna aspekt fokuserar på att värdesätta jordens ekologiska system, fördelning av tillgångar, men också hur vi kan begränsa människans påverkan på miljön.

**Ekonomiska dimensionen** fokuserar på fördelning av resurser som tillgodoser våra grundläggande behov. Målet är att den ekonomiska utvecklingen sker rättvist, samt att ny teknik inte påverkar vår ekologiska och sociala miljö negativt. Dimensionen berör utveckling, investeringar och finansiella system.

## Exempel på handlingar i kompassens olika nivåer och dimensioner

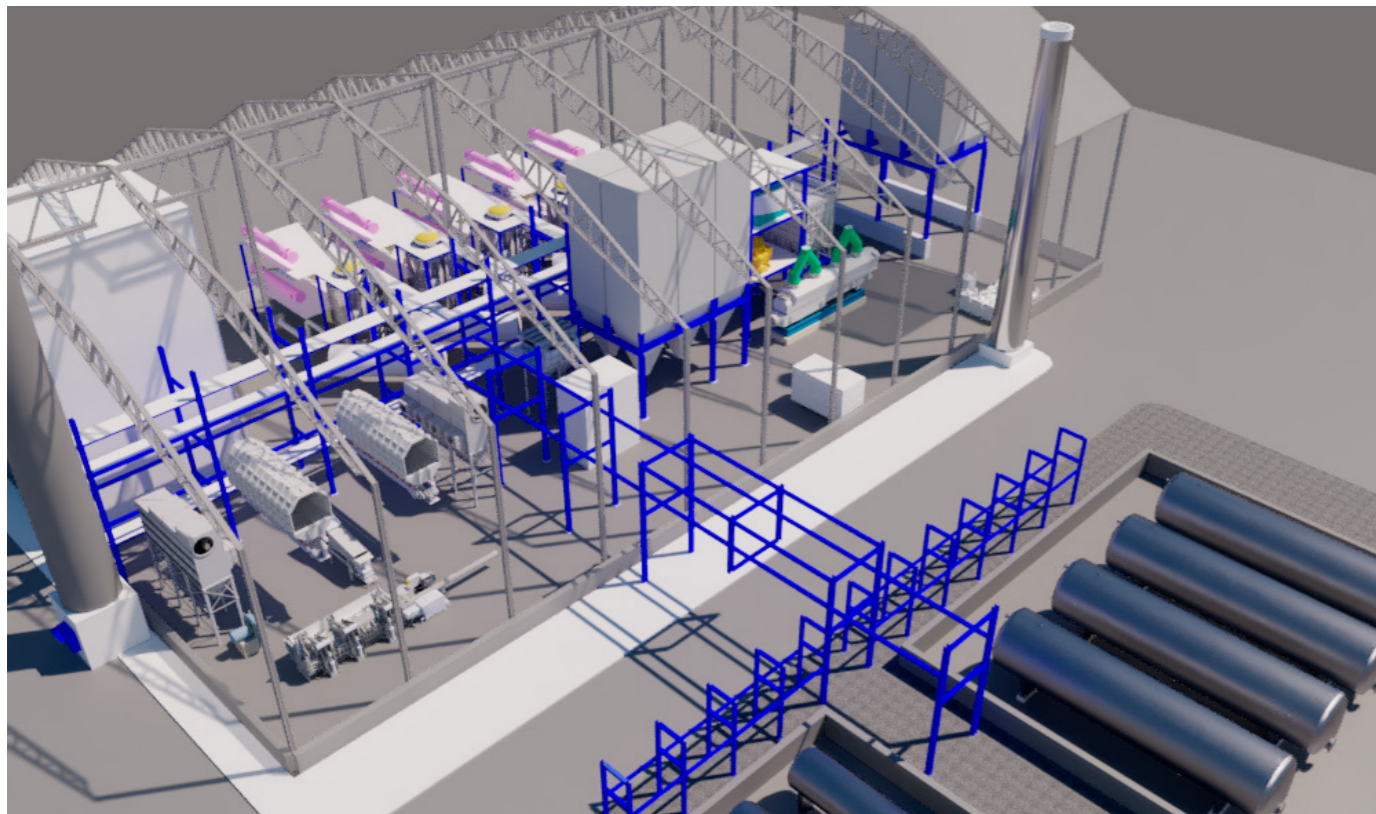


Kompassens ramverk kan appliceras i flera organisations-kontexter, offentlig samt privat, för att öppna upp engagemang, skapa och förstärka övergångar till ett cirkulärt system. Vårt mål är att Uddevalla kommun kan applicera verktyget i deras arbete som ett första steg i en lång process mot cirkularitet. Förhoppningsvis kan verktyget vägleda och tillämpa hållbarhet och cirkularitet från organisationens kärna, tillåta nya initiativ, främja lokalt samarbete, stötta ledningen för att implementera cirkulär användning och stärka utförandet.

**Referenser:**

- University of Alberta. BUILDING
- A SUSTAINABLE FUTURE, n.d.
- The 4 Most Important Dimensions
- of Sustainability. Life Persona., n.d.

**Projektgrupp studenter vid HDK-Valand:**  
Agnieszka Madej, [agn.maj@gmail.com](mailto:agn.maj@gmail.com)  
Louise Ekengren, [louise.ekengren@hotmail.com](mailto:louise.ekengren@hotmail.com)  
Herman Ocklund, [hermanocklund1993@gmail.com](mailto:hermanocklund1993@gmail.com)



Skiss över Enviro's planerade däckåtervinningsanläggning i Uddevalla.

Bild: Enviro

## Planerad anläggning klarar återvinna hälften av alla Sveriges uttjänta däck

Uddevalla kommuns avdelning för Hållbar tillväxt har tillsammans med Position Väst arbetat för att få en etablering av Scandinavian Enviro Systems däckåtervinningsanläggning till Uddevalla. Nu kommer företaget att lämna in ett förslag till samrådsunderlag till länsstyrelsen inför kommande tillståndsansökan. Den planerade anläggningen ska ha kapacitet att återvinna hälften av alla uttjänta däck i Sverige.

Avdelningen för Hållbar tillväxt fick kontakt med Scandinavian Enviro Systems via Position Väst, Fyrbodalskommunernas gemensamma företagsetableringskontor, under 2020 när bolaget sökte rätt läge för en ny anläggning. Sedan dess har ett arbete inletts med flera parter för att göra processen för etablering så smidig som möjligt.

- Bolaget hade högt ställda krav på både markområdet, logistikmöjligheter och annat. Det var flera kommuner som fick möjlighet att komma in med förslag. Vi är mycket glada att de nu väljer att gå vidare med ett område

på Lillesjö och vi har stora förhoppningar inför de kommande stegen så att etableringen verkligen blir av. Det här innebär nya arbetstillfällen för Uddevalla, säger Sophie Carling, näringslivsutvecklare.

### 60 000 ton per år

Enviro har identifierat en industritomt i Lillesjöområdet som lämplig för etablering av en ny återvinningsanläggning. Anläggningen beräknas få en maximal kapacitet av 60 000 ton däck per år. Det motsvarar hälften av den totala årliga volymen uttjänta däck i Sverige. Det framtagna underlaget för samråd kommer att följas av en tillståndsansökan, som enligt företaget beräknas ske under hösten.

Enviro har utvecklat en metod som gör det möjligt att återvinna kimrök, olja och stål ur uttjänta fordonsdäck. Kimrök är en oljebaserad komponent som är central vid framställning av nya däck. Återvinning av kimrök leder till lägre utsläpp av koldioxid.

- Scandinavian Enviro



Thomas Sörensson, vd för Enviro.

Systems arbetar med en så kallad cirkulär metod, vilket är ytterligare ett steg inom hållbar industriell utveckling. Genom att återvinna och återbruka material ur däcken nås mycket stora miljövinster. Att en sådan framtidsverksamhet kan byggas upp här, och också fortsätta i Mellerud där bolaget finns sedan tidigare, är något att vara stolt över. I Fyrbodal finns andra

**"Den här typen av anläggningar genererar nya jobb"**

verksamheter med fokus på cirkulära industrimodeller så denna möjliga etablering skulle stärka hela regionen, säger Sophie Carling.

### Nya industrijobb

En kommande återvinningsanläggning i Uddevalla skulle inte bara kunna bidra till minskad miljöpåverkan utan också leda till skapandet av nya industrijobb.

- Hur många beror förstås på hur stor anläggningen blir och vilka volymer som vi kommer att återvinna men att den här typen av anläggningar genererar nya jobb råder det inget tvivel om, säger Thomas Sörensson, vd för

Enviro.

## Fysiska möten under hösten – en förutsättning i det fortsatta arbetet med företagsklimatet

I förra numret av Tidningen Näringslivet skrev vi om samarbetet mellan Uddevalla kommun och Västsvenska handelskammaren som syftar till att stärka vårt företagsklimat. Arbetet är i full gång så vi tog kontakt med Bjarne Petterson, regionschef vid Västsvenska handelskammaren, för att ta tempen på vad som händer framåt i samarbetet.

Västsvenska Handelskammaren erbjuder en arbetsmodell som dels handlar om att öka insikten internt i frågor om bemötande och attityder i den kommunala servicen, men också för att utvärdera och stärka samarbetet med det lokala näringslivet.

- Just nu genomför vi exempelvis en enkät där politiker, tjänstemän och näringslivet är tillfrågade. Vi genomför samtidigt djupintervjuer med företag som ett viktigt underlag till förändringsarbetet. Syftet är att skapa ett så bra underlag som möjligt i komplement till de möten, seminarium och workshops vi

genomför. Men det är svårt såhär i pandemin när vi inte kan genomföra större dialogmöten fysiskt. Det kommer bli enklare att utföra det här arbetet mer effektivt under hösten när vi har möjlighet att träffas fysiskt i större grupper. När alla delar är genomförda så kommer en handlingsplan att lämnas över till kommunen med förslag på åtgärder som tagits fram gemensamt av alla inblandade parter.

### Etablerad modell

Modellen som Västsvenska handelskammaren erbjuder har genomförts i flera andra kommuner, ibland i sin helhet, och ibland vissa delar. Ofta i relation till behov och hur det passar in i ett befintligt arbete där delar av modellen kan ses som kompletterande.

- Arbetsmodellen har vi arbetat med i flera

kommuner. Bland annat i Borås, Kungälv och Lysekil som är tre exempel där vi gjort hela processen, sen är det fler kommuner där vi gjort delar av processen.



Bjarne Petterson, regionschef vid Västsvenska handelskammaren.

**Dialogmöten i höst**  
Samarbetet ska resultera i ett ökat engagemang internt i kommunen såväl som att skapa en bättre dialog och relation tillsammans med företagarna och näringslivet. Det är därför viktigt att kunna genomföra dialogmötena med goda förutsättningar, något

som kanske kräver både fysiska möten, men också en extern aktör.

- Dialogmötena underlättas av att de genomförs av en tredje part som har en så kallat 'oberoende ställning'. Vi som Handelskammare står med fötterna i båda lägen.

## I höst startar en ny och spännande YH-utbildning på Uddevalla Vuxenutbildning

### Digital Store Manager – Digital Butiksledare

Handelsbranschen efterfrågar kompetenser att digitalisera den fysiska handeln.

En Digital Store manager driver butikens utveckling och skapar attraktiva erbjudanden som ger en personlig köppplevelse. Man får strategisk och operativ kompetens att utveckla och förbättra den digitala butiksupplevelsen ur ett kundperspektiv.

Utbildningen har tagits fram i samarbete med ledande företrädare för handelsföretag som bl.a. Gina Tricot, Foodora Market, Sportshopen, Jula, Storesupport, Specter och Sharespine.

**Enligt digitaliseringsexpert Urban Lindstedt är behovet stort; "Detaljhandeln står inför den största förändringen någonsin. Framtidens vinnare är de som bäst lyckas integrera de digitala kanalerna med mer traditionella kanaler. För att lyckas krävs det arbetsledare och personal som har en djup digital kompetens och kan applicera den både på nätet och i den fysiska kanalen. Idag finns det en skriande brist på människor som verkligen förstår de digitala kanalernas möjligheter som digitaliseringen skapar".**



### Om utbildningen

Digital Store Manager – Digital Butiksledare

Längd: 300 YH-poäng - 1 ½ år

Start: augusti 2021

Läs mer och ansök här:

[uddevalla.se/utbildning-och-barnomsorg/vuxenutbildning/utbildningar/yrkeshogskoleutbildning/utbildningar/digital-store-manager.html](https://uddevalla.se/utbildning-och-barnomsorg/vuxenutbildning/utbildningar/yrkeshogskoleutbildning/utbildningar/digital-store-manager.html)

Öppen för sen ansökan!



## Resultat från företagsenkäten

– Coronapandemin, kompetens- och rekryteringsbehov

Nyligen skickade Uddevalla kommun, i samarbete med Arbetsförmedlingen Fyrbodol och ett antal företagares organisationer, ut en enkät till drygt 1400 företagare. Syftet var att bättre förstå företagarnas nuläge i Coronapandemin, utmaningar och framtida behov för att kunna möta det på ett bra sätt.

Läs hela artikeln på

[uddevalla.se/naringsliv](http://uddevalla.se/naringsliv)

## Kalendarium

### OBSERVERA

På grund av Coronaviruset ber vi er kontrollera med respektive arrangör för att ni säkert ska veta om arrangemangen nedan har ändrats efter att denna tidning gått till tryck!

### WEBBINARIUM

#### Moms

- kulturbranschens olika momsätter

Datum: 19 augusti

Tid: kl 10 - ca 11:15

Mer information och anmälan: [skatteverket.se](http://skatteverket.se)

### DIGITAL WORKSHOP

#### Säkra affären med

#### rätt kompetens

Datum: 24 augusti

Tid: kl 13-16:30

Mer information: [businessregiongoteborg.se/evenemang](http://businessregiongoteborg.se/evenemang)

### DIGITAL WORKSHOP

#### Få grepp om ditt

#### företags ekonomi

Datum och tid:

- 24 augusti, kl 08:30-12:00

- 26 augusti, kl 08:30-10:30

- 30 augusti – 9 september: Almi

genomför simuleringar tillsammans med medverkande företag

- 10 september, kl 08:30-10:30

Sista anmälningsdag: 13 augusti

Mer information:

[almi.se/kalendarium](http://almi.se/kalendarium)

### DIGITAL FÖRELÄSNING

#### Öka din försäljning

#### med hjälp av digital

#### marknadsföring

Datum: 31 augusti

Tid: kl 08:30-09:30

Mer information: [businessregiongoteborg.se/evenemang](http://businessregiongoteborg.se/evenemang)

### INFO OM VÅRA AKTIVITETER:

[uddevalla.se/naringsliv/aktivitetskalender](http://uddevalla.se/naringsliv/aktivitetskalender)

## Fenixz + Hållbar besöksnäring i Väst

Hållbar besöksnäring i Väst är ett projekt som drivs av Fyrbodol och pågår till februari 2023.

Tillsammans med nio andra kommuner i Fyrbodol är Uddevalla med för att stötta besöksnäringen. Projektet omfattar kompetenshöjande aktiviteter för en ökad attraktions- och konkurrenskraft och är en chans för dig att utveckla ditt företag.

Hållbar besöksnäring i Väst samarbetar med projekt Fenixz för att ge företag inom besöksnäringen i vår region kostnadsfri kompetensutveckling. Genom att vara en del av denna satsning får du nytta av inte bara ett, utan två projekt.

Projektet har identifierat utmaningar som finns och kommer under hösten 2021 erbjuda ett antal



utbildningsstillfällen för att ni ska lyckas bättre med er verksamhet. Exempel på en utbildning skulle kunna vara en introduktion till sociala medier i ditt företag eller varför inte bli mer bokningsbar.

Läs mer på vår webbplats:

[uddevalla.se/5\\_6ef53ce7179638cb07291b.html](http://uddevalla.se/5_6ef53ce7179638cb07291b.html)

## Minigolfen blir äventyrsgolf med uddevallatema

Snart öppnar den nya äventyrsgolfbanan i Skeppsviken. Temat för banan är Uddevalla och många fina sevärdheter finns här att se i miniatyr.

"Vi tror och hoppas att detta är något som kommer att uppskattas mycket. Äventyrsgolf har blivit mycket populärt på andra platser i landet",

skriver klubben på facebook.



Totalt beräknas projektet uppgå till en kostnad av 4,5 miljoner, skriver Bohuslänningen.

Projektet genomförs i samarbete med Funktionsrådet Uddevalla för att säkerställa tillgänglighetsfaktorn på banan.

"Målsättningen är att alla ska kunna spela

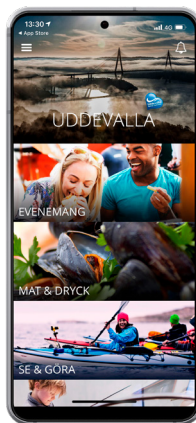
bangolf, oavsett förutsättningar. Detta ska vi säkra genom samarbetet med Funktionsrådet Uddevalla, vilka kommer att fungera som experter för att anläggningen ska få bästa handikappanpassning", skriver klubben i ett inlägg på facebook.



## Vad hittar du på i sommar?

I appen **Upplev Uddevalla** håller du enkelt koll på aktuella evenemang och får tips om vad du kan göra när du besöker Uddevalla, hjärtat av Bohuslän.

[uddevalla.com](http://uddevalla.com)



Ladda ner appen genom att skanna någon av QR-koderna nedan med din mobilkamera:

Apple iPhone

Android

