

Avveckling av Position Skåne möter kritik

Vi kan inte lägga 40 miljoner kronor på en organisation...

Hur marknadsförs Skåne på bästa sätt? Den striden har blossat upp efter regionfullmäktiges Beslut att avveckla Position Skåne Den 18 juni beslutade regionfullmäktige om en ny organisation för Region Skånes marknadsföringsverksamhet. Position Skåne avvecklas och ersätts med en marknadsföringskoncern med tre dotterbolag med ansvar för turism, evenemang och investeringar.

Vi kan inte lägga 40 miljoner kronor på en organisation som fungerar halvbra, säger Jerker Swanstein (m) ordförande i regionstyrelsen.

Redan 2005 visade en utvärdering av Position Skåne på brister i verksamheten.

Nio av tio kommunala näringslivschefer tyckte att samverkan och dialogen med Position Skåne fungerade dåligt.

Kommunernas turistchefer var inte lika skeptiska, men bara en tredjedel upplevde att samarbetet skedde regelbundet.

Aktieägaravtalet för Position Skåne sträcker sig fram till årsskiftet och Jerker Swanstein anser inte att beslutet att starta en ny organisation är särskilt dramatiskt.

– Det rådde nästan enighet i regionfullmäktige, och beslutet är villkorat med att den andra ägaren, Kommunförbundet Skåne, ger sitt godkännande. Tanken är inte att vi ska satsa mindre, utan renodla verksamheten för att alla inte ska slåss om samma pengar.

Det Jerker Swanstein särskilt åsyftar är evenemangssidan, som han anser har fått stryka på foten i den nuvarande organisationen.

Skåne har ingen mässasom Stockholm eller Göteborg, och genom att skapa ett särskilt dotterbolag med ansvar för evenemang, hoppas Jerker Swanstein på utveckling inom detta område.

Men Rita Aatola Olsson, turistchef i Ängelholm är kritisk till beslutet.

Hon befarar att man tappar fart och får börja om med varumärkesbyggandet av Skåne. Och hon får medhåll från Thomas Brühl, vd för Visit Sweden, Sveriges nationella turistbolag.

– Varför lägga ner något som är ett föredöme för regional turistmarknadsföring?

Rita Aatola Olsson, tycker visserligen att kontakterna med turistcheferna kunde varit fler, men den allmänna bilden hon har av Position Skåne är väldigt positiv.

–De senaste åren har turismen till Skåne ökat, och det tror jag till en stor del beror på ett framgångsrikt varumärkesbyggande.

På Kommunförbundet Skåne har man än så länge ingen samlad bild av hur kommunerna ställer sig till förslaget.

– Vi har inbjudit alla 33 kommunerna att yttra sig och innan den 21 september vill vi ha synpunkter, säger Stig Ålund, förbundsdirektör på Kommunförbundet

Sten-Åke Tjärnlund, näringslivs- och marknadsdirektör i Helsingborg med ansvar för turistfrågor, är en av dem som inte är nöjd med Position Skånes arbete.

– De har levtt sitt eget liv och drivit sina egna frågor.

Han tycker att organisationen är allt för knuten till Malmö och efterfrågar mer samarbete med kommunerna.

– Det är vi som har produkterna.

Vi behöver ingen organisation som uppfinner aktiviteter.

Position Skåne bildades 2002 för att marknadsföra Skåne för företagsinvesteringar, öka antalet besökare i Skåne och utveckla regionen som turistmål. Företaget ägs av Region Skåne, 85 procent och Kommunförbundet Skåne, 15 procent.

Otydlighet kring den investeringsfrämjande verksamheten ledde till att dessa frågor överfördes till Region Skåne under 2006.

Det nya förslaget innebär att Region Skåne bildar ett helägt aktieföretag som ska utgöra moderbolag i koncernen. Till detta knyts tre dotterbolag, Trade and Invest, T&I AB, Evenemangshantering, Event AB, och Turism, Visit Skåne AB.

Bemanningen i dotterbolagen föreslås vara fem personer inklusive vd. I dag har Position Skåne 17 anställda.

Toni kommentar:

Bara att Thomas Brühl tillhör dom som har en kritisk åsikt borde vara tillräcklig för att lägga ned Position Skåne och VistSweden likaså. Få har väl en så dålig kunskap om svensk turism än han som är satt att sköta den med enda krav när han anställdes att han inte kan eller vet nåt.

Ett minsann något egendomlig krav men som flera hundra tusen inom turism uppfyller med glans!

Självklart skall 40 miljoner i den skånska turism utvärderas för att se hur man skall använda pengarna.

Att ha Göteborg som förebild visar på visioner men var hittar ni en Claes Bjerkne? Och en politisk kraft som Göran Johansson (s) som begrep vad som måste göras, nämligen hålla sig borta och låta Claes sköta verksamheten!