

Bilden av Värmland

- Så tycker värmlänningarna

Jenny Höög, regional utvecklingsstrateg

Hedvig Bergenheim, kommunikationsdirektör



Värmlandsstrategin och varumärket Värmland

- Alla och ingen äger platsvarumärket Värmland och bilden av Värmland.
- Koordinerande roll att skapa förutsättningar för andra.
- Bidra till visionen med utgångspunkt i de åtta styrkorna.



**”Ett hållbart Värmland
som förändrar världen.”**

Varför mäta bilden av Värmland?

- Undersökningar för fakta, kunskap och insikter.
- Tidigare mätningar har handlat om den externa bilden, - bilden av Värmland utanför Värmland.



Önskad positionsförflyttning

Vårt nuläge med positiva associationer som vi vill behålla:

Associationer vi vill addera till:



+



Vad tycker värmlänningarna om Värmland?

Genomförande



Kartlägga kännedom om och attityder till Värmland hos personer som bor inom länet, samt att göra jämförelser med den undersökning som genomfördes 2021, som var riktad till personer som bor utanför Värmland.



Målgruppen är boende i Värmlands län som är över 18 år. Urval har gjorts riksrepresentativt på kön, ålder och spridning i länet.

Hänsyn har tagits till urvalsförfarandet för undersökningen 2021, för att få en jämförbarhet.

ENKÄT-
UNDERSÖKNING



Webbpanel
650 svar

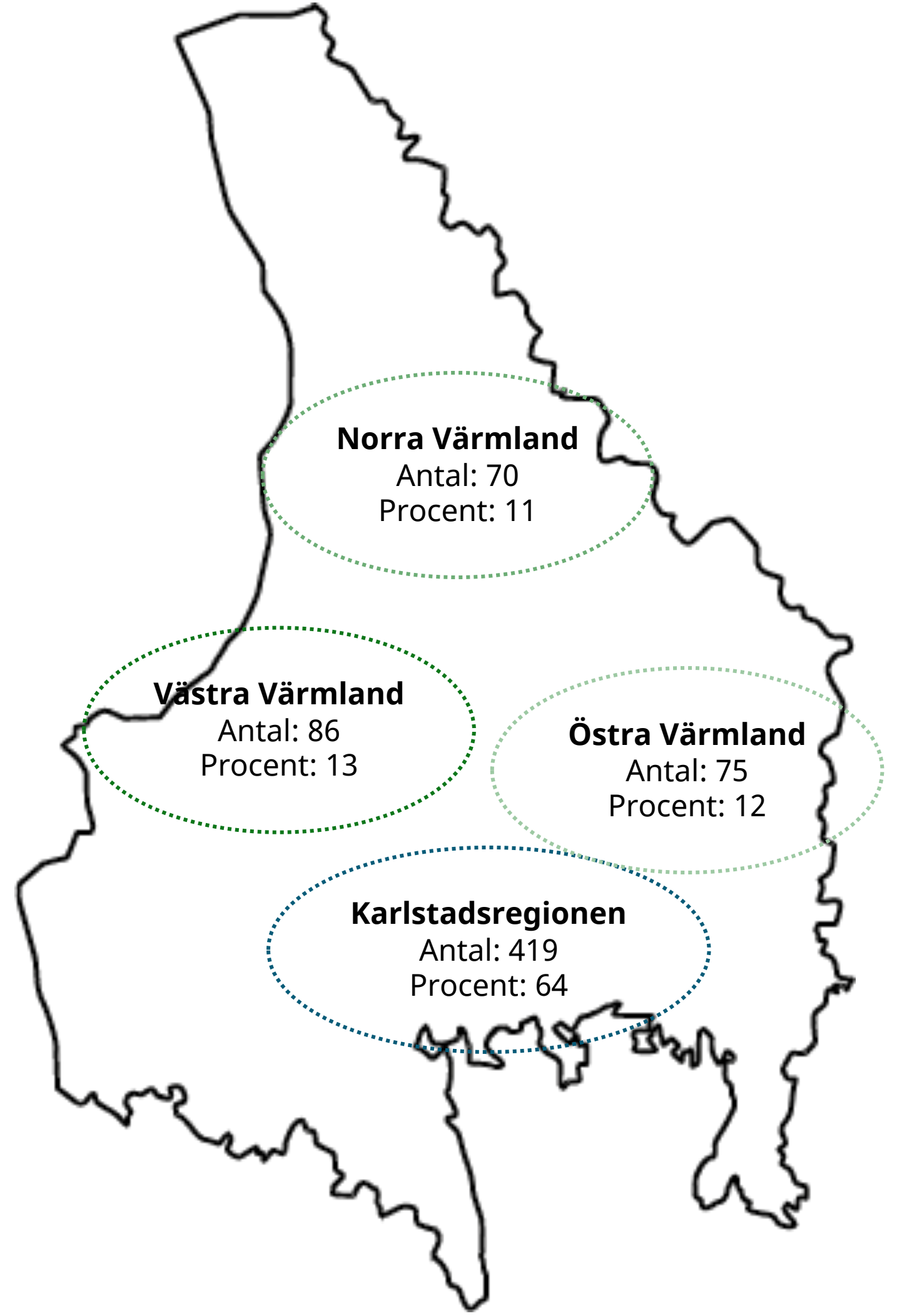
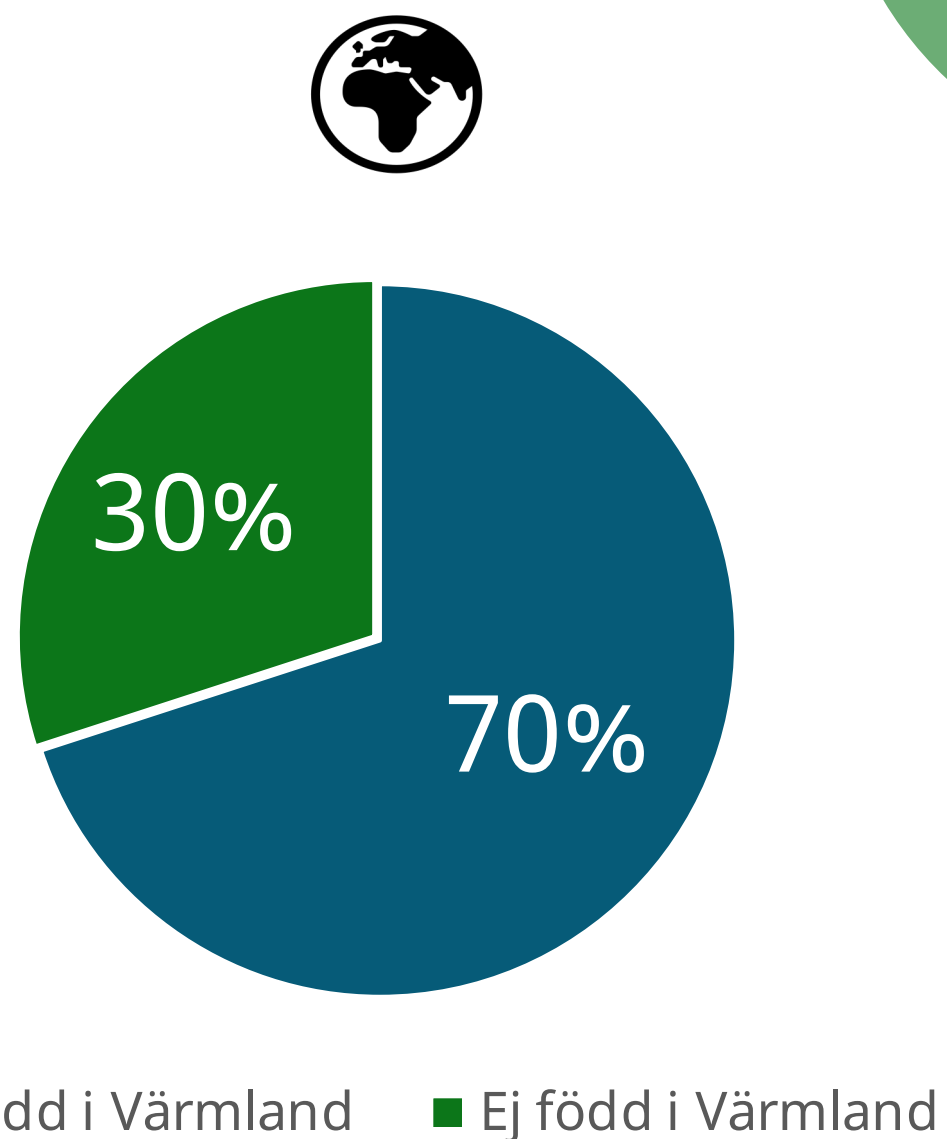
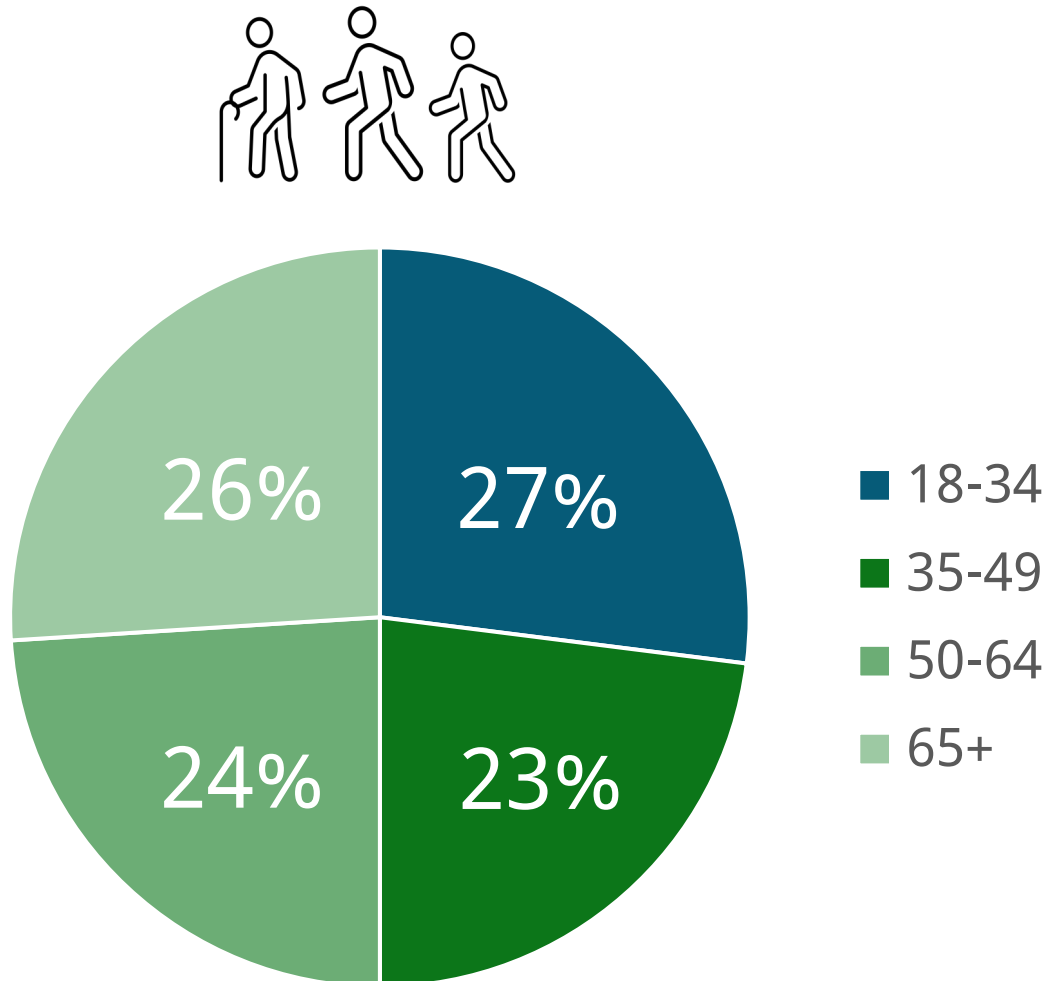
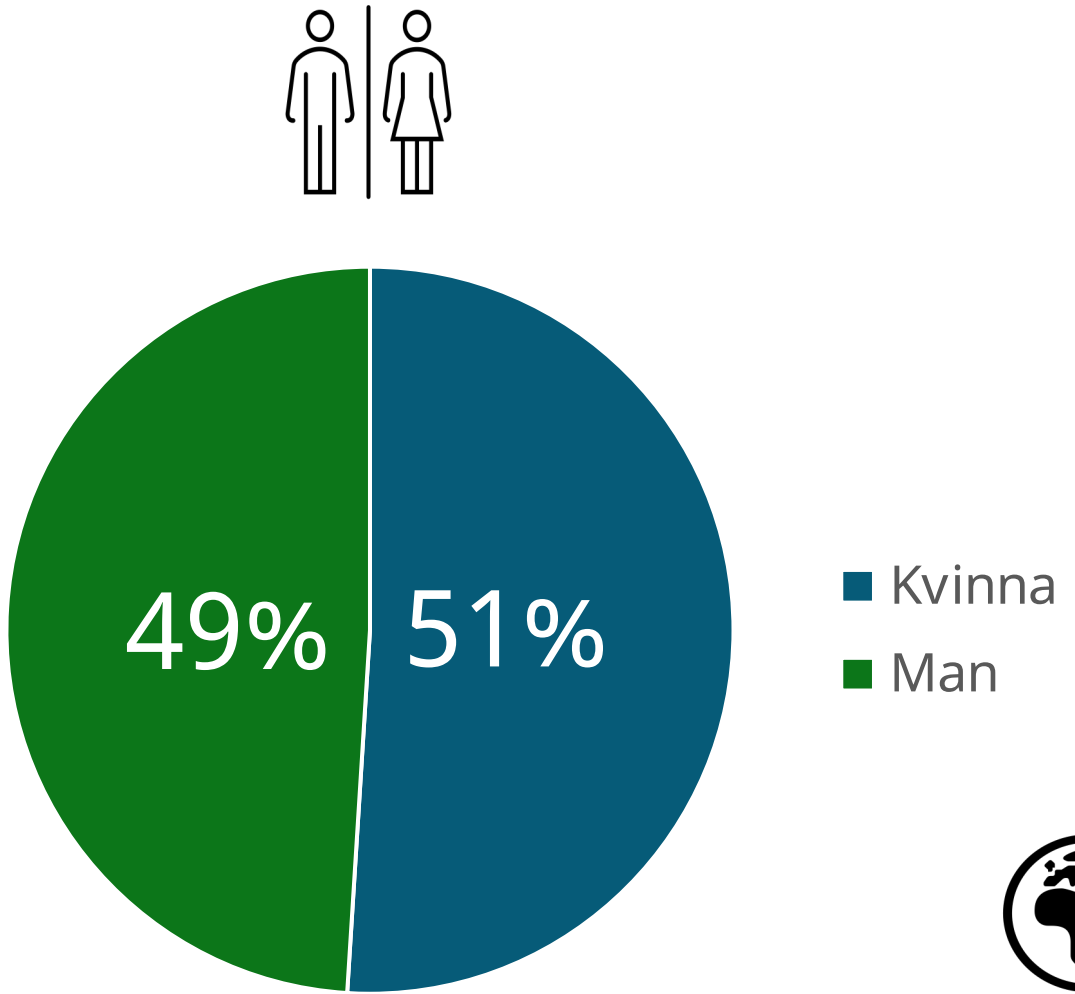


FOKUSGRUPP-
INTERVJUER



1 fokusgrupp i Karlstad
1 fokusgrupp i Hagfors,
med personer från
övriga Värmland

Bakgrund om respondenterna



Vilken är din bild av Värmland?

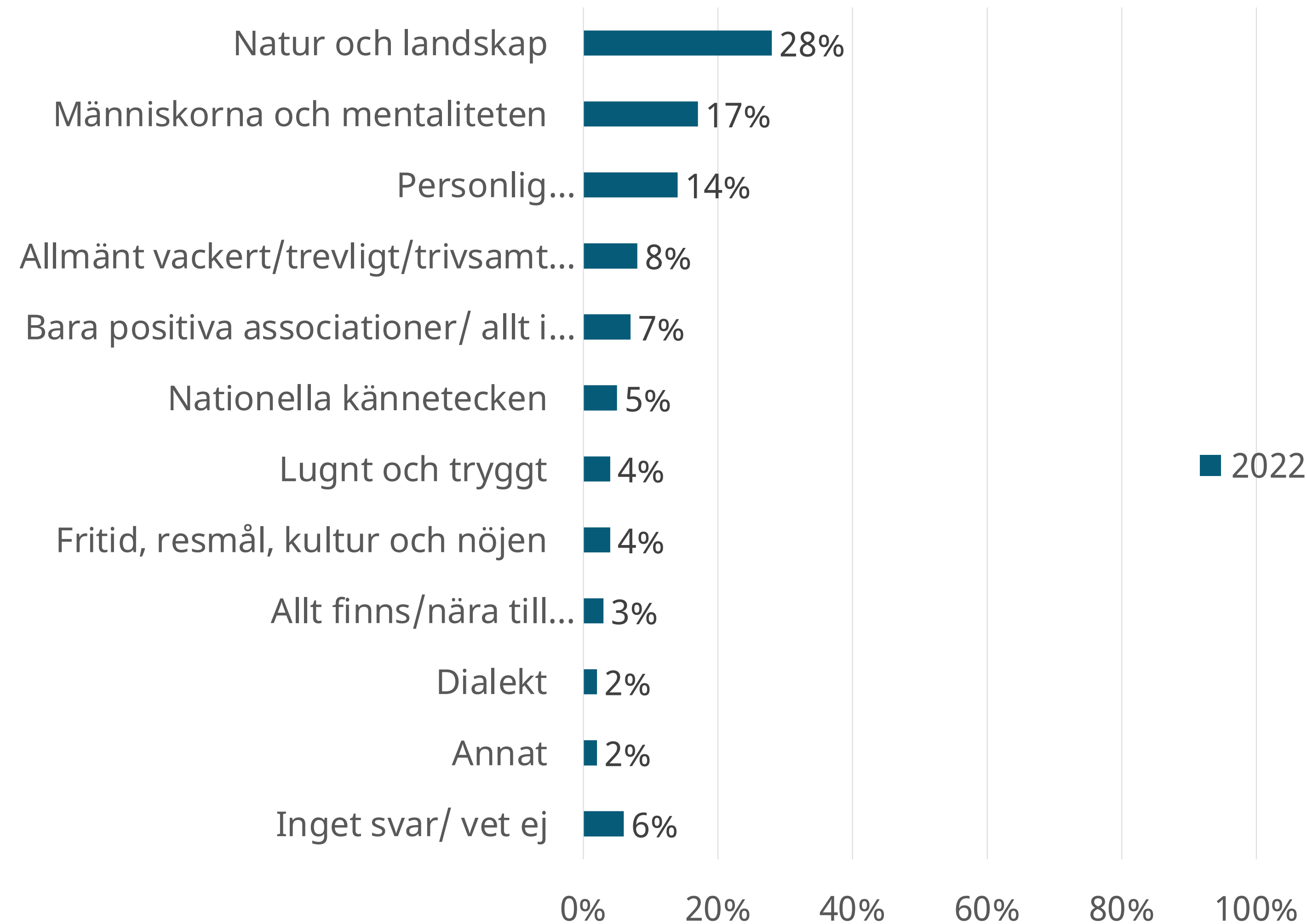
93%

mycket positiv eller positiv bild av Värmland

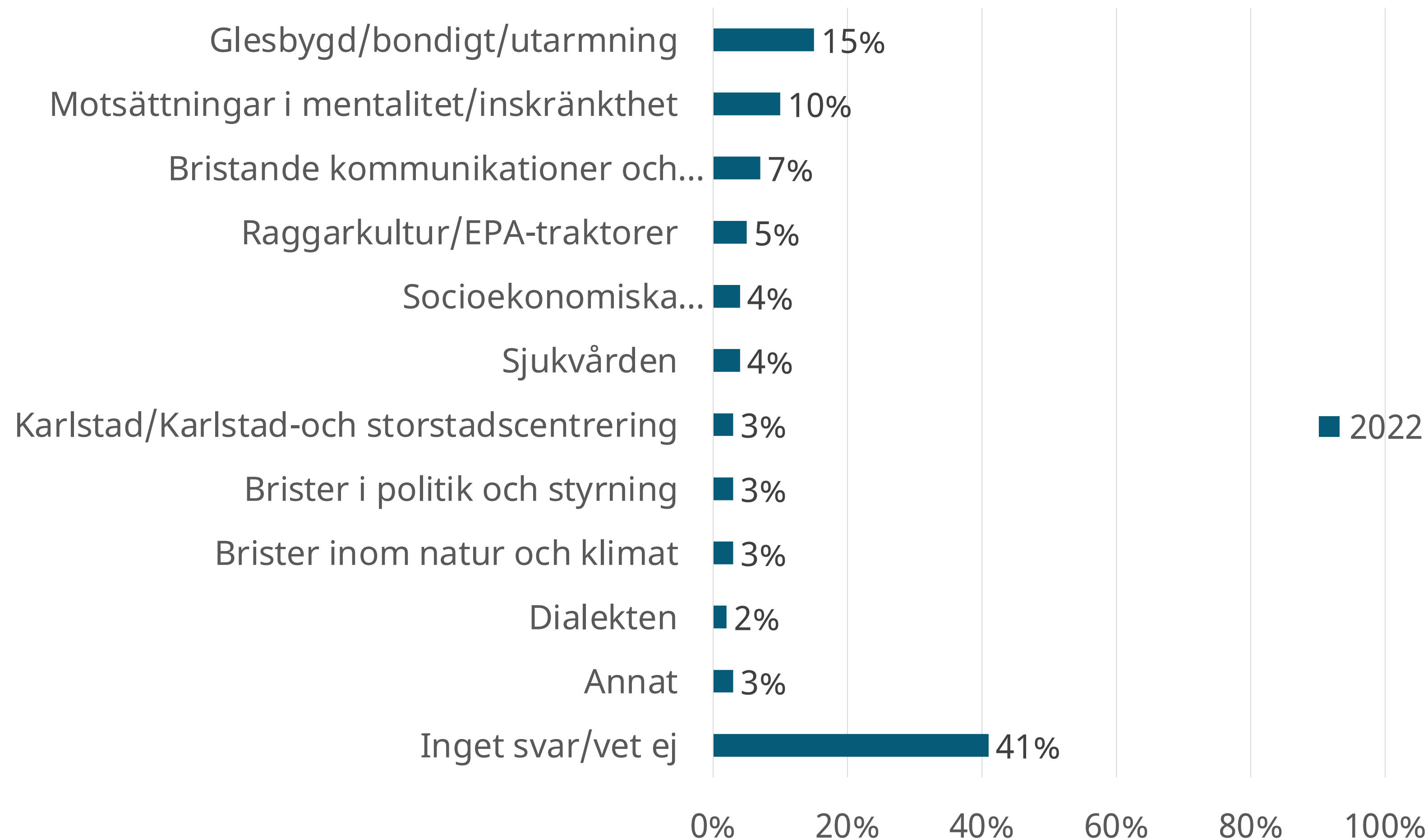
Värmland med tre ord



Positiva associationer till Värmland

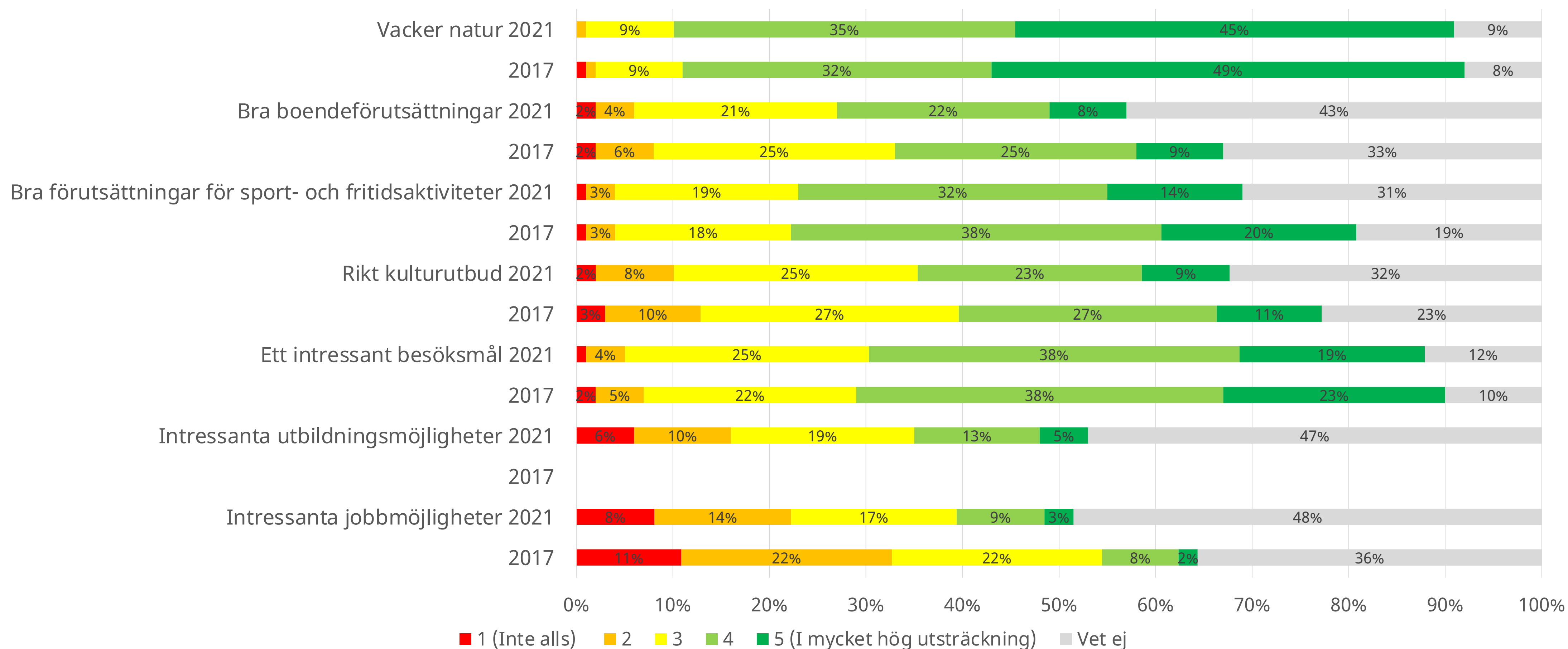


Negativa associationer till Värmland



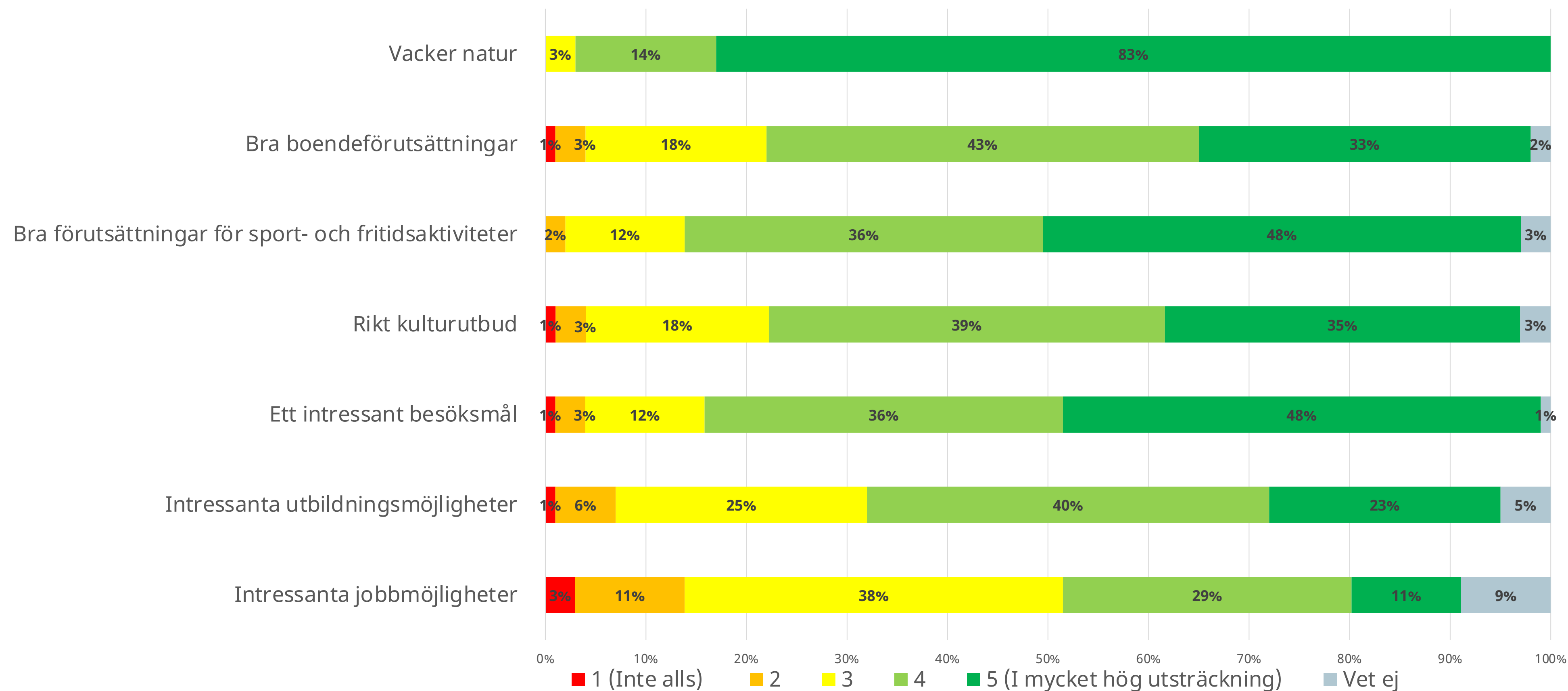
I vilken utsträckning förknippas du Värmland med

Externa mätningar
2017 och 2021

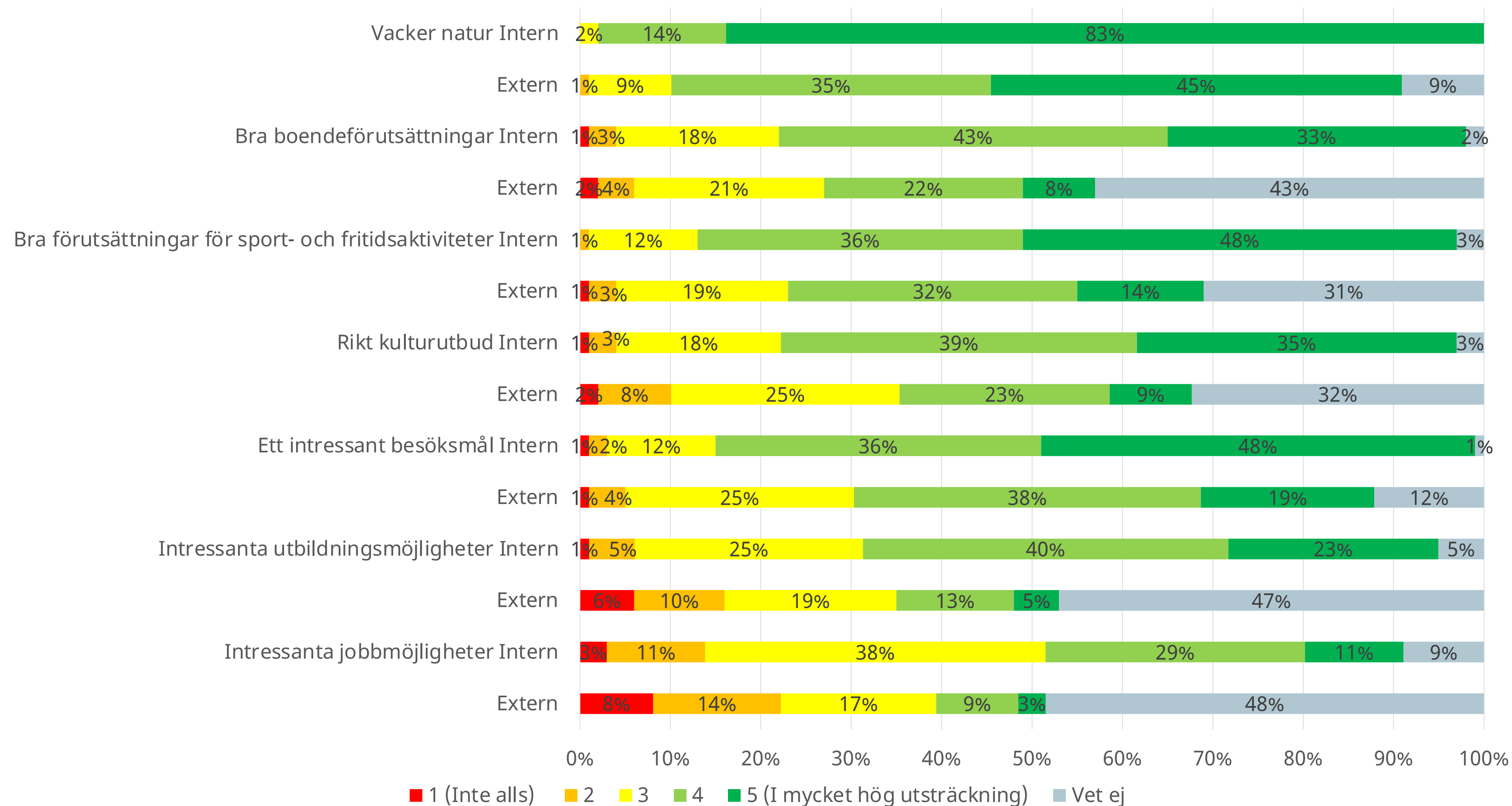


I vilken utsträckning förknippas du Värmland med

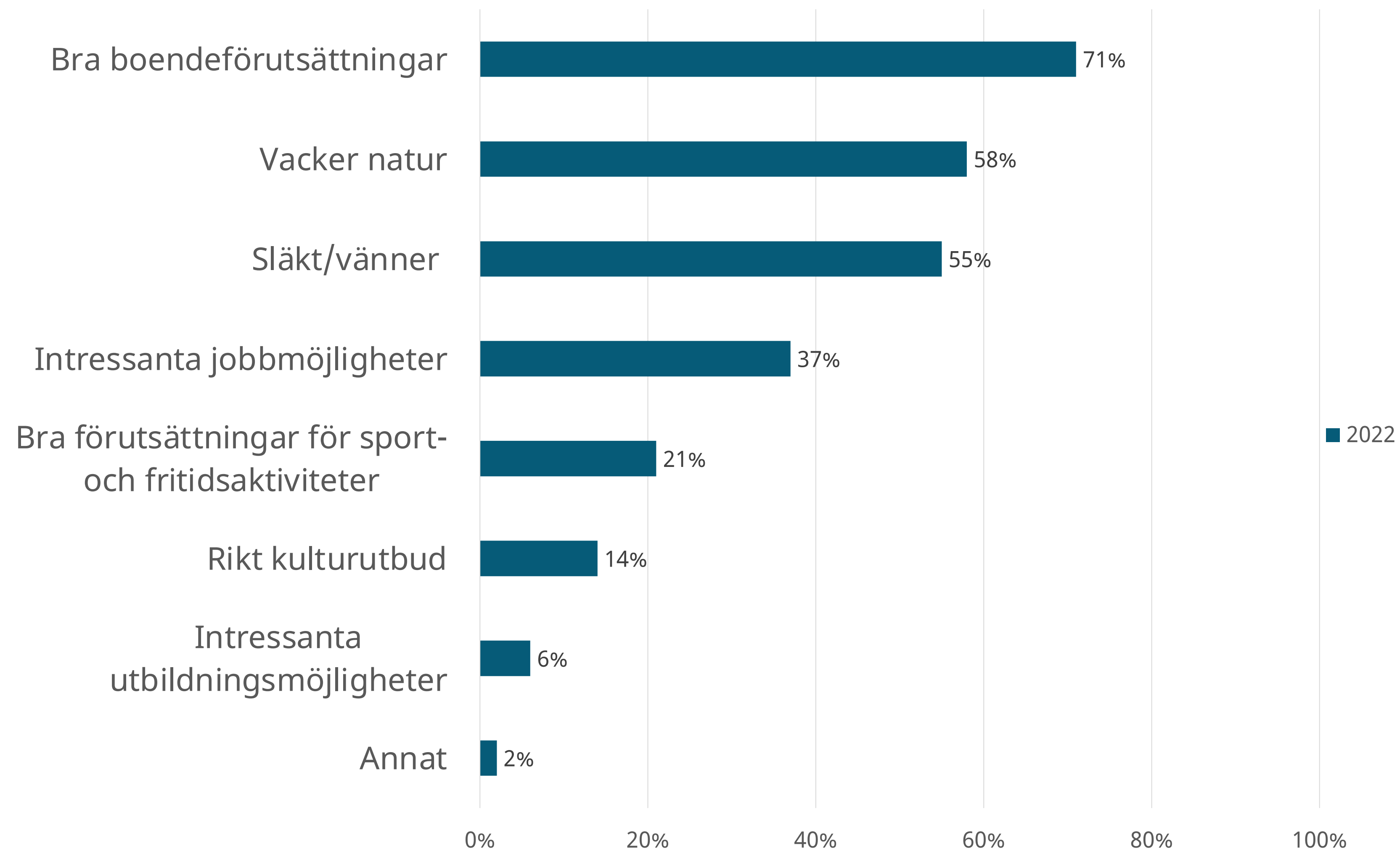
Intern mätning 2022



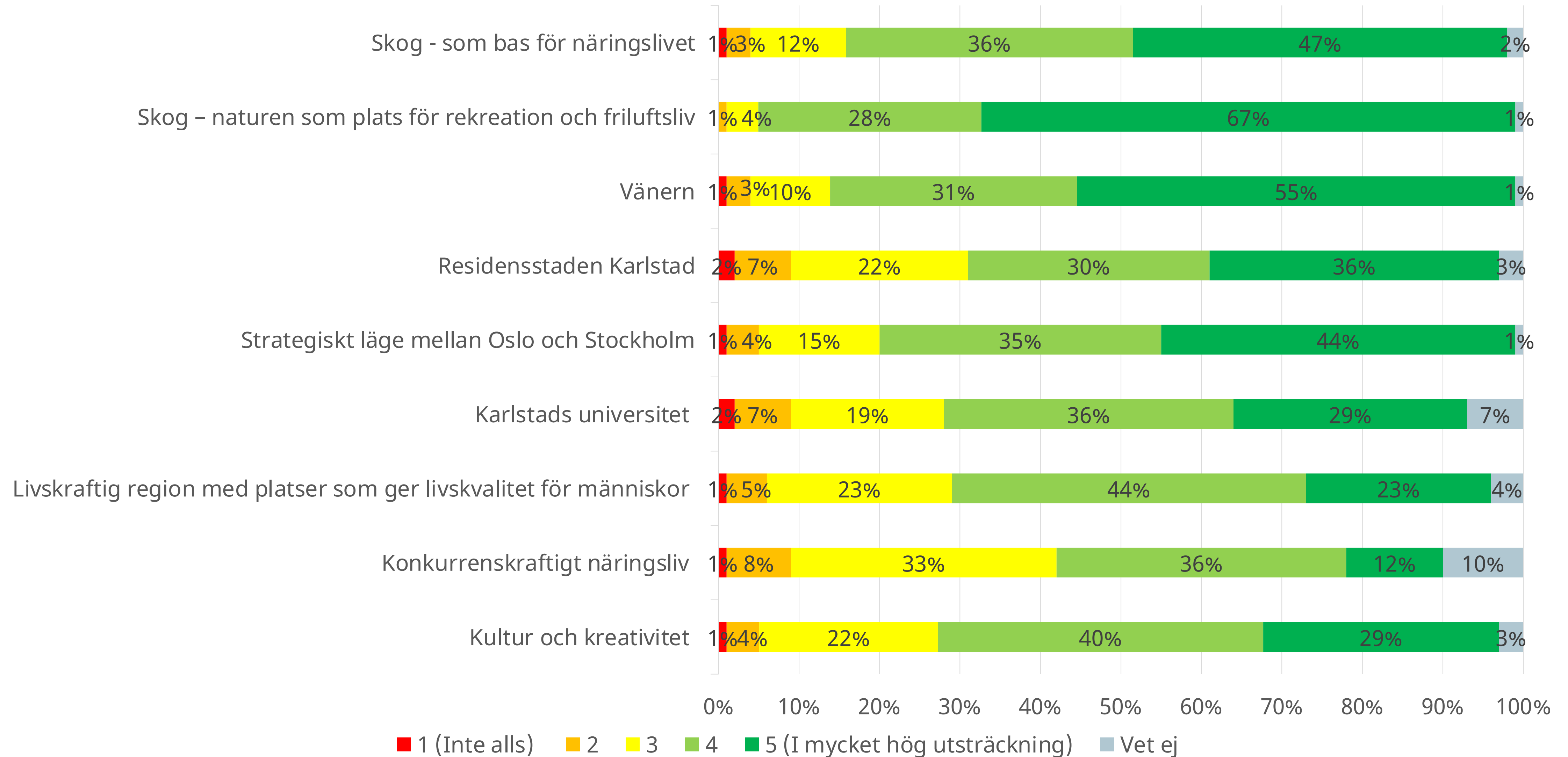
Jämförelse förknippas Värmland med



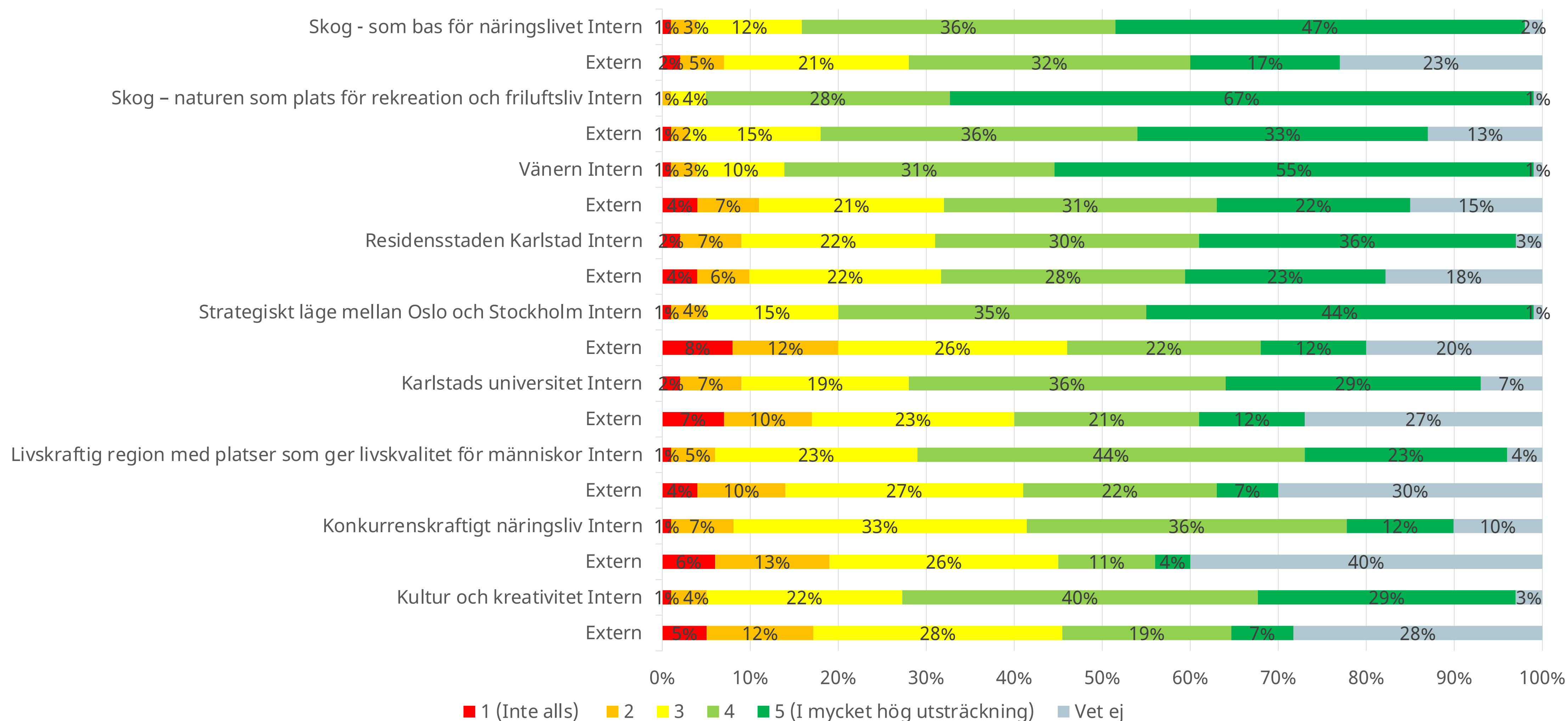
Störst betydelse vid val av bostadsort



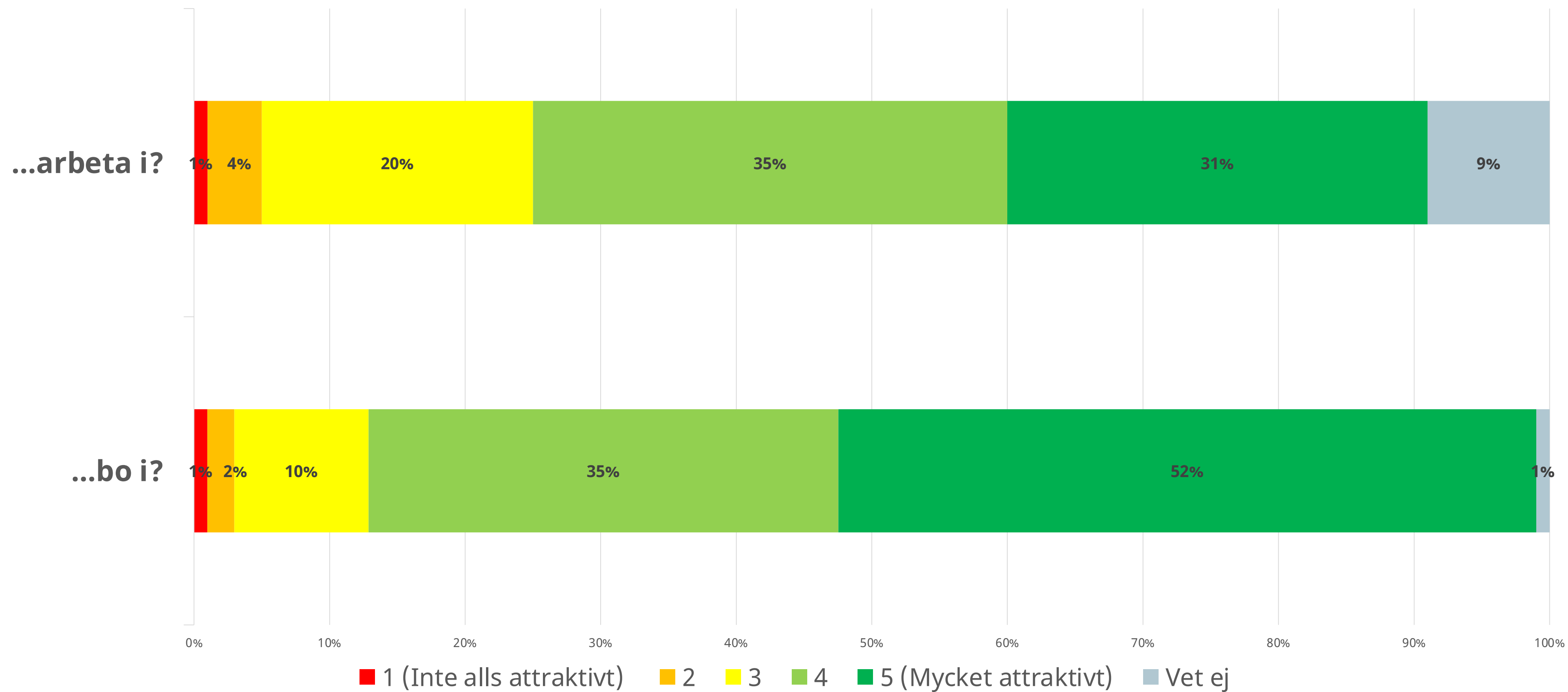
Styrkorna i Värmlandsstrategin



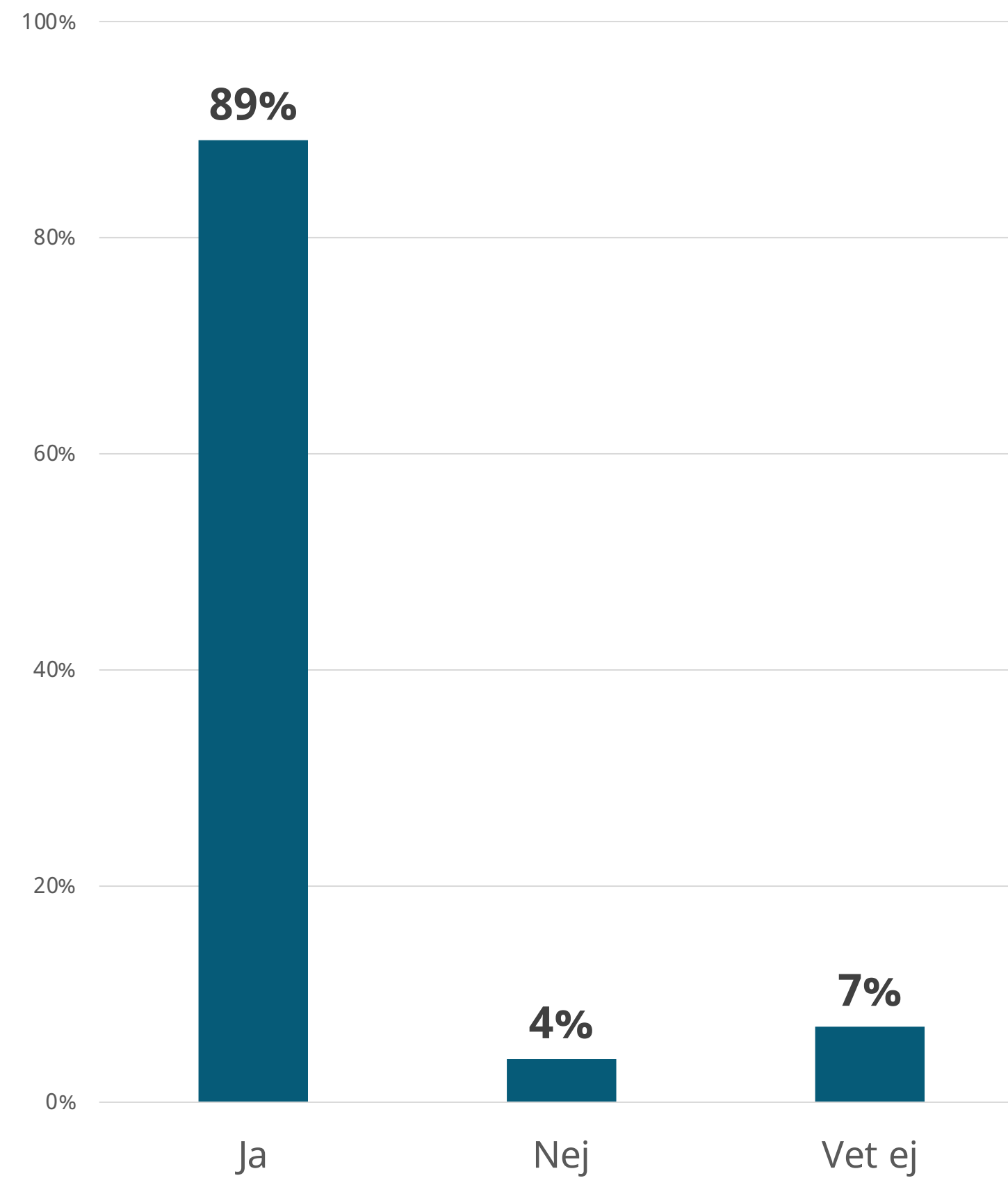
Jämförelse styrkorna i Värmlandsstrategin



Hur attraktivt tycker du Värmland är att

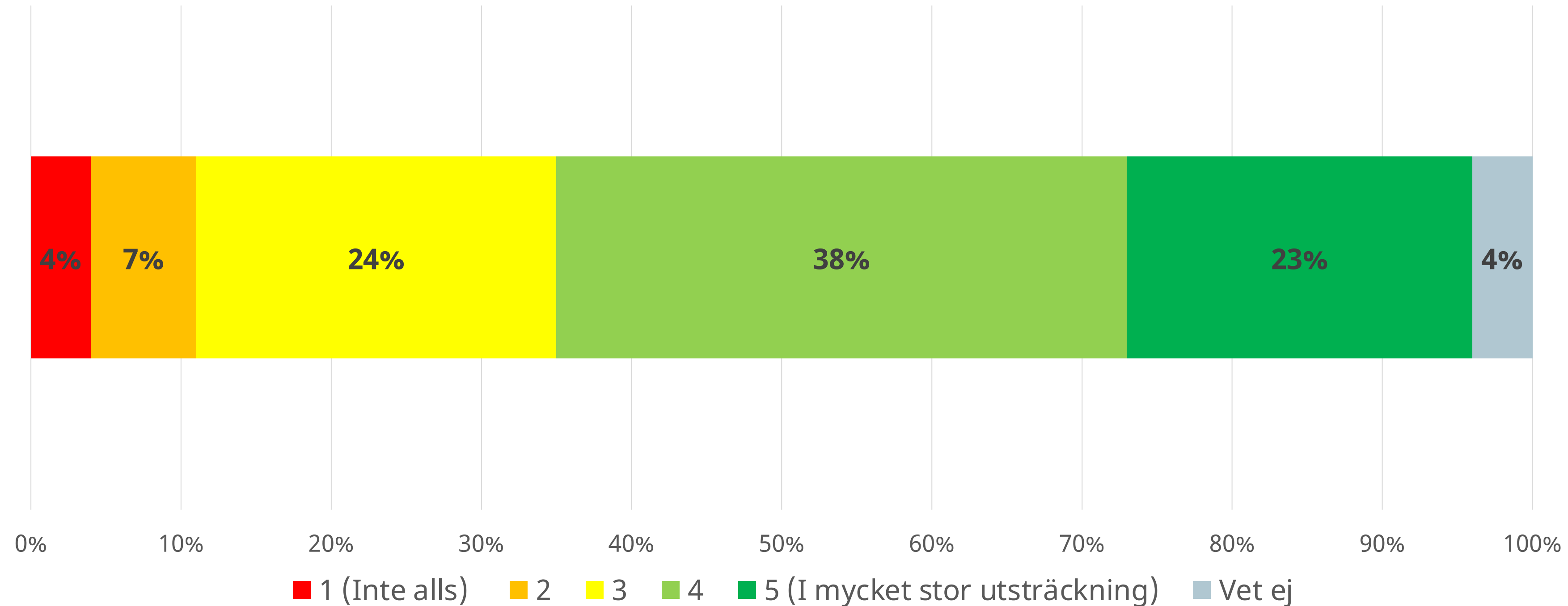


Rekommendera flytt till Värmland



9 av 10 skulle rekommendera någon att flytta hit.

Upplevelse av ambassadörskap



"I vilken grad anser du att du är en ambassadör för Värmland?" Frågan ställdes med följande förtydligande; "Det vill säga pratar gott om länet i olika situationer".

Könsskillnader

- Kvinnorna tar starkare ställning än männen.
- Mycket små skillnader i medelvärden om bilden av Värmland och vad Värmland förknippas med.
- Signifikanta skillnader i skalfrågorna om t.ex. intressanta utbildningsmöjligheter, intressant besöksmål, rikt kulturliv, skogen som plats för rekreation och friluftsliv.
- Viktigast vid val av bostadsort – skillnader gällande släkt och vänner och sport- och fritidsaktiviteter.



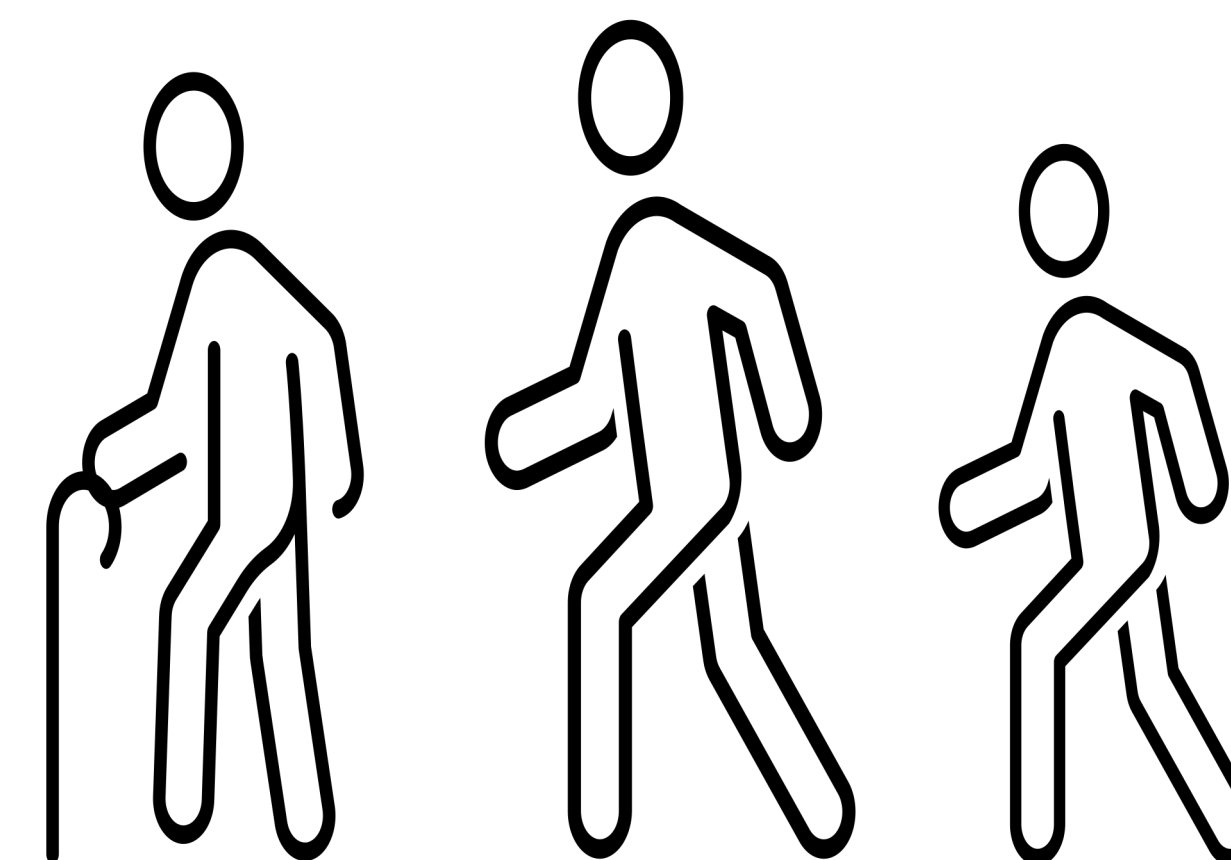
Geografiska skillnader

- Norra och västra delarna av Värmland svarar högt på skalorna och östra och Karlstadsregionen svarar lägre.
- Små skillnader i medelvärden om bilden av Värmland
- Olika preferenser i val av bostadsort:
 - Norra – viktigast med sport-och fritidsaktiviteter
 - Västra – viktigast med släkt och vänner
 - Östra – viktigast med vacker natur
 - Karlstadsregionen – viktigast med ett rikt kulturutbud



Ålderskillnader

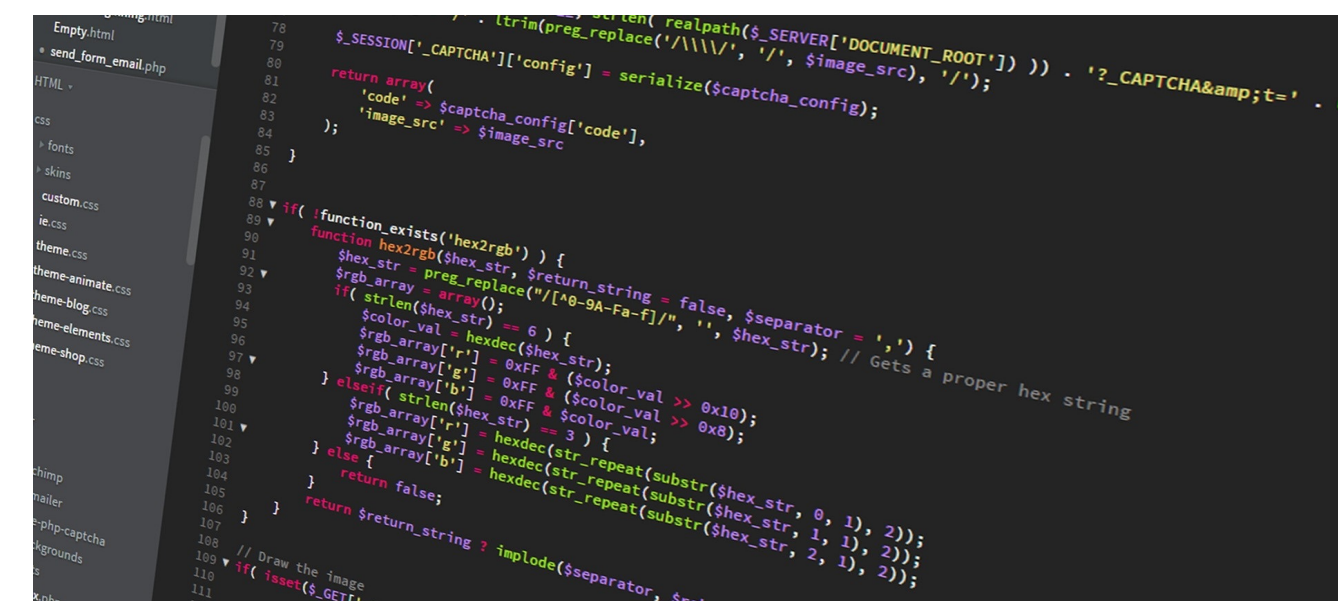
- Flera statistiskt signifikanta skillnader.
- 65+ är mest positiva till Värmland!
- 35-49-åringar är främsta ambassadörerna. Men de svarar i minst utsträckning betyget 5 på flertalet av frågorna.
- 18-34-åringarna svarar generellt mer avvaktande. Positiva till utbildningsmöjligheterna, men mer tveksamma till jobbmöjligheterna. De anser det viktigast med utbildningsmöjligheter, jobbmöjligheter och närhet till släkt och vänner vid val av bostadsort.



Yngre mer flyttbenägna och en viktig målgrupp

- Unga vuxna står för majoriteten av alla flyttar i Sverige.
- 18-34-åringarna är något mindre positiva till Värmland.





Näringsliv och ambassadörskap

- Hur mycket känner värmlänningarna till om näringsliv och jobbmöjligheter?
- Hur kan vi tillsammans få fler att känna sig som ambassadörer för den plats de själva trivs på?



**Hur kan vi öka kunskaperna om
värmländskt näringsliv och
jobbmöjligheter?**

**Vad kan min organisation göra? Finns det
något vi skulle kunna göra gemensamt?**

Framtidens
Värmland skapar vi tillsammans



en del av
VÄRMLAND