

Besöksnäringen runt sjön Fysingen ska utvecklas



Foto: Gunilla Ridström

I det som en gång var Torsåkers trädgårdsmästeri ligger trädgårdsbutiken och kaffestugan, The Nut House på Almungevägen. Öppen hela sommaren, vardagar mellan 11–18 och helgdagar 11–16.

Det handlar först och främst om att synliggöra det som redan finns – allt ifrån caféverksamhet, trädgårdsbutik, gårdsbutiker, upplevelsestråk, konsthantverkare m.m.

I nästa steg handlar det om att utveckla nya efterfrågade verksamheter såsom stugbyar och fler aktiviteter som passar turistnäringen. Tanken är att det både ska vara en attraktion för boende i Väsby och Sigtuna, men också ett bidrag till turistnäringen i norra Stockholmsområdet.

Ett 20-tal inbjudna företagare från Väsby och Sigtuna träffades hos Upplands Väsby Promotion för att undersöka om det finns ett intresse att starta ett gemensamt projekt för att utveckla besöksnäringen runt sjön Fysingen. Intresset var stort och nästa steg blir att söka EU-pengar för att starta projektet.

Inför sommaren 2011 kommer de attraktioner som redan finns i Väsby att finnas med på hemsida och ett informationsmaterial som UVP och kommunen håller på och ta fram. Dessutom kommer en del attraktioner att lyftas fram på E4-skytlarna i Väsby.

Gunilla Ridström, Upplands Väsby Promotion



Foto: Michael Folmer

Lisa Lister, som driver The Nut House, är optimistisk till det som sker runt Fysingen.

Presstopp!

Företagsklimatet i Väsby – bland de 10 bästa i landet!

Väsby klättrade nio placeringar från plats 19 till 10 i årets mätning av företagsklimatet visade Svenskt Näringslivs årliga mätning.

Det gemensamma målet som näringslivet och kommunen satt upp har därmed för första gången uppnåtts – bland de 10 bästa i landet.

Mer information på UVPs hemsida www.uvp.se.

Tävling

Näringslivsbilagan har en ny design och tidningslayout

Det är två av våra lokala reklamföretag som står för utformningen av detta nummer. I kommande nummer kommer andra lokala reklamföretag presentera sina förslag.

Vi vill att du som läsare ska rösta på vilket förslag du tycker bäst om. Mer om röstningen längre fram.

Förslag 1

Bri Reklam och Kurant Reklam och Design. Läs mer om dem på sidan 6.

Väsby har medvind just nu. Det är det vi gör gemensamt i Väsby – UVP/näringslivet, markägare, kommunen med flera – som nu ger resultat.



Befolkningen ökade förra året med 648 personer. Inte sedan 80-talet har vi ett en sådan ökning. Företagsklimatet förbättrades ytterligare från

19:e plats till 10:e plats. Men för att Väsby ska fortsätta att vara en attraktiv plats för människor och företag måste vi ständigt jobba med vår image, vårt varumärke för den geografiska platsen Väsby – där färgstarka människor möts. I detta arbete försöker vi få med så många företag, föreningar och andra intressenter som möjligt. Fler och fler använder numera också symbolen för varumärket Väsby i sin egen marknadsföring. Mer om detta kan du läsa om på hemsidan för varumärket Väsby, www.vasby.org.

Dialogen med företagen prioriterar vi eftersom vi har deras bästa för ögonen i vårt utvecklingsarbete. Vi deltar aktivt i kommunens näringslivsråd med synpunkter på vad som behöver förbättras. Synpunkter som vi fångar upp i våra dagliga kontakter med företagen. Därför välkomnar vi att kommunen nu startar en "regelkommission" för att ytterligare se vad man kan göra för att underlätta kontakterna bl a när det gäller bygglov, upphandlingar och tillstånd av olika slag.

Att kroka arm med varandra och jobba tillsammans har visat sig vara framgångsrikt och vi fortsätter därför inom UVP att jobba med olika projekt och aktiviteter för att utveckla näringslivet och öka Väsby's attraktivitet.

Gunilla Ridström, Verksamhetschef UVP

– det lokala näringslivs- och marknadsföringsbolaget

Näringslivet i Väsby

Ges ut av Upplands Väsby Promotion, UVP
Telefon 08-590 327 00 • info@uvp.se • www.uvp.se

Ansvarig utgivare

Gunilla Ridström, verksamhetschef UVP

Grafisk form

BoRune Isacson, Bri reklam och
Thomas Eriksson, Kurant Reklam



Mindre pengar i plånboken ökar tryggheten!



Uppmaningen till oss kunder under julhelgerna att "Betala med kontokort" istället för kontanter blev en framgång. Det visar sig nämligen att om vi betalar med kontokort istället för med kontanter så bidrar vi till att öka tryggheten för både personal och kunder. En minskning av kontanthantering ökar dessutom tryggheten i det lokala samhället eftersom risken för rån därmed minskar. Det var de lokala bankerna, polisen, näringslivet och Väsby Centrum överens om när kampanjen efter avslutad period utvärderades.

Att förändra vårt beteende – betala med

kontokort istället för med kontanter – är ett långsiktigt arbete. Så därför fortsätter vi i Väsby att med stöd av butikspersonal, polisen och lokala volentärer att uppmana människor att ha så lite kontanter som möjligt i plånboken och välja att betala med kontokort istället.

– Vi välkomnar detta initiativ och uppmanar alla att ha mindre pengar i plånboken och därmed bidrar till att öka tryggheten i vårt samhälle, förklarar Albin Näverberg, polisen.

Gunilla Ridström, Upplands Väsby Promotion

Hur gick det för näringslivet i Väsby 2009?

Nu finns de officiella siffrorna för näringslivets utveckling under år 2009, dvs det år som av en svensk minister beskrevs som ett sk "skitår". Och nog hade han ganska rätt i den beskrivningen, för det var bara i 4,7 procent av Sveriges 290 kommuner, som det samlade lokala näringslivet lyckades åstadkomma en ökad sysselsättning. Stockholms läns kommuner backade ex vis sammanlagt med en procent, vilket innebar att vi nästan fick 11 000 (-10 888) färre förvärvsarbete i vårt län. För Väsby's del gick det lite bättre (- 0,9 procent) under 2009, vilket för vår del innebar en nettominusning med 134 jobb på vår lokala arbetsmarknad som totalt därmed hade 14 274 förvärvsarbete i Väsby 2009. Utav dessa är det bara ca 35 procent som både bor och arbetar i Väsby.

Av de 134 färre arbetstillfällena svarade Väsby's tillverkningsföretag för den största minskningen (105 jobb) medan vård- och omsorgsföretagen istället ökade sin personal med 56 nya jobb, tätt följda



av "välbefinnande"-branschen (personliga och kulturella tjänster m.m.) med 43 nya jobb.

Till de minskande branscherna hörde också Transporter samt Information och kommunikation (-85 resp -43 arbetstillfällen).

De tre största branscherna i Väsby är numera (2009):

- Handel (detalj- och partihandel) som svarar för 25,9 procent av den lokala sysselsättningen
- Vård- och omsorg med 14,8 procent
- Företagstjänster med 10,2 procent

Lars Ohlsén

AffärsutvecklingsCentrum

Nya företagsetableringar/ expansioner



Foto: Michael Folmer

Industriefastigheter har nu endast två lokaler lediga av totalt tio i sin nya fastighet vid E4:an. Lokalerna kan antingen hyras eller köpas.

Det händer en hel del på företagsfronten i Väsby vad gäller etablering, expansion, nybyggnation och markförvärv. Här är ett axplock.

- På Bjursvägen är man i full gång med att bygga en mindre industribyggnad för småindustri – lager och lätt produktion. Fastighetsägare: Jacobsson & Strömberg.
- På Kranvägen har Industriefastigheter just färdigställt en byggnad vid E4 med plats för 10 företag som behöver mindre lager eller utrymme för lätt produktion.
- Veterinärmottagningen på Dragonvägen är i full gång med sin utbyggnad.
- I InfraCity Väst pågår ombyggnaden för MIO och snart kommer en ny Max Hamburgerrestaurang att byggas på östra sidan.
- Cramo har valt Väsby för ett nytt lift- och anläggningscenter. De expanderar i lokaler på Hästhagsvägen där man under 2010 förvärvade Svensk Byggleasing.
- ICA Kvantum i Väsby Centrum skall expandera. I första steget utökar man butiksytan genom en omdisponering av sina ytor. Nästa steg är att bygga till.

- Företaget Energijägarna har kommit tillbaka till Väsby. Startade i Väsby 1990 och har efter knappt 15 år i Sollentuna flyttat "hem igen" under 2010 till nybyggda egna lokaler på Hagängsvägen.

- Precis i dagarna har vi fått besked att Väsby Centrum sålts av Rodamco till ett konsortium lett av Grosvenor Fund Management.

I köpet ingår bl.a. även köpcentrum i Haninge och Bålsta. Total köpeskilling 2.4 miljarder kronor.

- Kommunen har sålt VIK:s lada (Viravägen) till Pau AB. Försäljningen gick genom ett öppet anbudsförfarande.

- Kommunen sålde också under slutet av 2010 en tomt på Hästhagsvägen till MJ Contractor, ett Väsbyföretag som tidigare länge och förgäves sökt mark i Väsby.

- Lagerhotellet Safebox på Hästhagsvägen har slutfört sin nybyggnad. En stor satsning som i princip fördubblat företagets kapacitet.

Bengt Pålsson
Etableringsrådgivare

Väsby som etableringsort

Varför lägger ett företag sin verksamhet i Väsby? Det största skälet är vårt läge – mitt i en storstadsregion med närhet till Stockholm, Uppsala och Arlanda.

Utöver detta är det förstås viktigt att kunna erbjuda bra lokaler till konkurrenskraftiga priser, snabb service till intresserade företag och ett aktivt lokalt nätverk.

Ökad efterfrågan

Under 2010 såg vi en vändning i utvecklingen. Efter en liten men tydlig nedgång i antal etableringsförfrågningar under några år, så växte antalet företag som ville etablera sig i Väsby.

Det är en stor blandning av företag som söker sig till Väsby. Mekaniska verkstäder, återvinningsanläggningar, butiker, restauranger, bilverkstäder, datacentraler etc etc. Vi har ingen tydlig branschprofil utan attraherar företag där läget är avgörande för deras utveckling och där den internationella miljön är viktig.

Mark för eget bygge

En trend som pågått under några år är att allt fler företag söker mark i Väsby, för att bygga egna lokaler. Vi har också sett flera byggprojekt växa fram. Och det kommer att bli fler om vi lyckas få fram lämpliga markerbjudanden – både från kommunen och de privata markägarna.

Under 2010 var det fler än hälften av företagen som ville flytta till Väsby som sökte mark att köpa. För 4-5 år sedan rörde sig detta om 10-20%, dvs en mycket kraftig utveckling. Tyvärr har vi inte lyckats möta denna efterfrågan fullt ut, vilket medfört att vi tappar möjliga etableringar. Men ett intensivt arbete pågår för att förbättra situationen.

En aktiv dialog sker med fastighetsägarna i kommunen. Formell planprocess pågår i flera områden – Älvsundadalen, sydöstra och sydvästra hörnet av kommunen, Löwenströmska området etc. I dessa områden kommer det att finnas plats för bostäder och verksamhetslokaler. Det ger oss stora utvecklingsmöjligheter för framtiden.

Bengt Pålsson
Etableringsrådgivare

Grattis till årets utmärkelser

På den årliga näringslivsdagen i slutet av mars delades årets utmärkelser ut. I år gick dessa till:



Foto: Michael Folmer

Årets Företagare

Johnny Renfors, Dialect.

Delas ut av Företagarna Upplands Väsby

Årets Näringslivsprofil

Petra Urvegård, Swedbank.

Delas ut av Upplands Väsby Promotion

Årets UF-företag

Key To Success - Jenny Gustafsson, Helen Lindberg, Urban Andersson, Dennis Söderman, Johan Björkvall, Julia Jansson och Julia Springe.

Delas ut av Företagarna i Upplands Väsby och Upplands Väsby Promotion

Mer information och juryns motivering kan du ta del av på www.uvp.se, se utmärkelser.

En ny utmärkelse har instiftats:

Årets marknadsföringsinsats 2012

Delas ut av Upplands Väsby Promotion. Utmärkelsen delas ut till det företag, förening eller organisation som på ett innovativt sätt använder symbolen för varumärket Väsby i sin egen marknadsföring eller som fyller varumärket Väsby med ett intressant innehåll.

Gunilla Ridström,
Upplands Väsby Promotion



Näringslivet i Väsby skapar nytta både lokalt och globalt

Johanna bor i Viksjö. Hon är produktchef på KINGroups huvudkontor i Upplands Väsby. Som sådan är hon en av dem som ligger bakom årets trend av färgglada klockor som vi i Sverige hittar på Ur&Penn. I Finland säljs de via KM Kello. I Holland finns de på Kijkshop och Lucardi.



Foto: Michael Folmer

På Airsafe, i Mellangården, har man egen tillverkning av bl.a. fallskärmar.



Foto: Michael Folmer

Roger på Cykelhuset förser större delen av Väsbyborna med cyklar.

Hotellpoolen blev hela familjen Rosengrens favorit under sportlovsveckan i Svenska Fjällen. De bor i Hjulsta men hade inte en aning om att värmväxlare från Pahléns i Upplands Väsby ordnade den sköna temperaturen i vattnet.

22 Öhlinsanställda tekniker från 6 länder samlas regelbundet på Öhlins i Upplands Väsby. Alla har det gemensamt att de ser var och utvecklar Öhlins fjädringssystem i Världsmästerskapen i Road Racing, både MotoGP och World Superbike.

Globalt och lokalt näringsliv

Idag, när ritningar, avtal och beslut färdas genom cyberrymden på nolltid så finner många företag sina kunder och partners långt utanför den egna kommunen. För dessa är det inte nödvändigt att bedriva sin verksamhet nära marknaden. Det är vikti-

gare då, att finnas nära kompetensen och i en miljö där den eftersökta kunskapen trivs. Samma sak gäller för dem som har sin marknad lokalt – fotvårdsspecialisten, gymmet, blomsterhandeln, livsmedelsbutiken, bensinmacken, hantverkaren... Den egna kompetensen och miljön som man lever och verkar i är avgörande.

Om man för ett ögonblick betraktar den samlade nyttan av det som Väsby's alla soloföretagare, butiker, internationella företag, tjänste- och serviceverksamheter skapar så är det en hel del. Och då skall vi inte glömma bostadsbyggare, föreningsentusiaster och kulturprofiler. För att inte tala om kommunen. Med flera.

Nyttan av det vi gör kommer trendkänsliga människor över hela världen till del, liksom en familj från Hjulsta och proffsförare i den globala motorcykelcirkusen. Nyttan av

Vet du att

- Det finns cirka 3.000 registrerade företag i Väsby, varav ca 68 procent är enmansföretagare.
- Antalet nyregistrerade företag i kommunen ligger i snitt på 255 per år.
- KIN-Group, koncernen som Ur& Penn ingår i har sitt huvudkontor Väsby omsätter 2,3 miljarder kronor/år, har 279 butiker i två länder och ger jobb åt 1.500 personer.
- Viking Soda anställt fyra ungdomar som annars skulle varit arbetslösa.
- Pahlén exporterar produkter till mer än 70 länder, har installerat poolanläggningar i kungahus och äventyrsbad och har sin största marknad i Ryssland.
- Fordonstillverkarna Mercedes, Audi, BMW, Yamaha, Ducati, Honda och Kawasaki köper produkter och tjänster för stora pengar från Öhlins i Upplands Väsby.
- Det finns ca 14 000 arbetsplatser i Upplands Väsby och fler blir det.



Foto: Jesper Lundberg

Lenas Keramik har sitt företag i bottenvåningen på Picchus Café.



Foto: Janne Hallén

Hos Strumpan kan du få hjälp med att brodera ditt namn eller företagets logo på kläder m.m.

det vi gör ger oss också sköna fötter, en stark kropp, ett pyntat hem, mat för dagen och bensin till bilen. Bara för att nämna något.

Kommunen, näringslivet och alla människor samspelar

Gemensamt för allt det vi tillsammans gör är, att såväl vi som bor och jobbar i Väsby som våra samarbetspartners och marknader ute i världen tjänar på det. Så ser vi i Upplands Väsby Promotion på det.

Om människor upplever Väsby som attraktivt så vill man bo här. Det föder idéer hos entreprenörer, skapar jobb åt folk och lockar kompetens. Det i sin tur väcker intresset för etablering av företag vilket naturligtvis blir en morot för människor som vill jobba där. Och förhoppningsvis upptäcker också dessa människor kommunens värde. Med följd att de bosätter sig här.

Med andra ord. Det ena ger det andra och har vi bara skapat en god cirkel så blir den så småningom nära nog självgående. Att Väsby dessutom ligger strategiskt nära såväl storstaden Stockholm som den Internationella flygplatsen Arlanda ger bara extra bonus.

Ulf Hamrin, med andra ord

Vi växer med uppgiften



Foto: Michael Folmer

Vi på bilden är BoRune Isacsson, Bri Reklam och Thomas Eriksson, Kurant Reklam och Design.

Två personer med lång erfarenhet av reklamproduktion. Två företag som ni finner hos grafiskthus.se, Mellangården, Upplands Väsby.

Om ett projekt växer, växer vi med det

Var sak har sin tid, säger man. Varje uppdrag har sitt team, säger vi. Som företagare med stort nätverk kan vi alltid anpassa kompetensen till den uppgift som våra uppdragsgivare vill ha hjälp med. Vare sig det handlar om en kampanj, en logotype, en trycksak, en roll-up, en bok, en hemsida, en stortavla, en marknadsplan, en tidning, en slogan, en banderoll, en pressrelease, en illustration, en...

Vi gör inte alltid allt själva

Men vi ser alltid till att det blir gjort. Bra och prisvärt. Av folk som kan sin sak.

De som köper reklam av oss får personligt engagemang och precis den kompetens som uppgiften kräver.

De som köper reklam av oss får mycket för pengarna.

Upplands Väsby Promotion köper de här sidorna av oss.

Företagsprofilen

Svartrökarnas matkultur sätter Väsby på kartan



Foto: Michael Folmer

Svartrökarna i Rökspecialistens gamla butikslokaler i Gudby utanför Upplands Väsby har snabbt blivit ett mecka för köttälskare. Butiken är mer en gammaldags och traditionell charkbutik, där man stycker och hängmörar köttet för att kunna leverera högsta kvalitet.

– Vi röker allt svart, säger Conny Bergström och skrattar.

Conny har ett förflutet som styckmästare. Tillsammans med kompisen Johan Mannersjö, som varit affärschef och affärsutvecklare på Skanska, startade han ett handelsbolag för sju år sedan – Svensk Charkkultur som sedan utvecklats till nuvarande Svartrökarna AB

De började röka fläsk och skinka på gammaldags sätt. Därmed kommentaren att de

röker allt svart. Det innebär att de låter köttet rökas i 70–75 grader i mellan 20 och 24 timmar. Man använder al och en. Det kallades förr för svartrökning och är en annan benämning på det vi idag kallar för basturökt.

– Vi vill tillbaka till det gamla sättet att både stycka och möra köttet, säger Conny. Samma sak är det med röknigen av köttet. Varken han eller Johan har något till övers för dagens snabbrockerier.

– Det blir en stor skillnad på smak, säger Johan.

Något som deras kunder på marknader och mässor runt om i landet upptäckte. Deras svartrökta fläsk och skinka smakade fantastiskt. Fler och fler kunder frågade efter fler produkter från svartrökarna i Väsby.

– Folk började tröttna på den generellt låga kvaliteten på köttet i livsmedelsbutikerna och alla köttvaror fulla med onödiga



E-nummer, fortsätter Johan. Tanken på en butik tog form och lokaler hittade man i Rökspécialistens anläggning i Gudby.

I samma lokaler som det fanns en butik för 10–12 år sedan finns nu Svartrökarna. Samtidigt som butiken öppnades i oktober förra året så bytte man namn till just Svartrökarna och bildade ett AB.

Conny och Johan har letat efter närproducerat kött i hela Mälardalen men lyckades inte hitta någon kravmärkt leverantör. Nu kommer köttet från ett slakteri Dalarna, som är kravmärkt och som arbetar med små uppfödare i dess närområde.

Det som glädjer Conny och Johan är att även unga människor börjar ställa krav på köttets ursprung och uppskatta hur man styckar och hängmörar köttet.

Varje torsdag till lördag är butiken i Gudby öppen. Kundskaran växer stadigt.

– Det finns en stor utvecklingspotential men det beror på hur mycket vi orkar med, säger Conny. Det är svårt att hitta ungdomar som är intresserade av att lära sig yrket och idag är det ägarna tillsammans med familjemedlemmar som sköter ruljansen.

– Belöningen får vårt slit är glada kunder, som förstår att uppskatta våra produkter. Svartrökarna är fortfarande synlig på olika mässor och marknader men i mindre omfattning än tidigare. Det finns tankar på att växa.

– Vi får många förfrågningar från jägare i området, som vill kunna röka sitt kött hos oss, säger Johan. Det kräver att vi bygger ut med en ny rök och separata kylrum.

Det finns en marknad eftersom det inte finns några rökerier kvar i Mälardalen. Stränga EU-regler tvingade många att slå igen.

Närmast i tid ligger att bygga ut kök och nuvarande rökeri för att kunna förädla mer

för catering. Ett samarbete med Skålhammar Gårds restaurang har inletts och Svartrökarna funderar även på att starta styckningskurser för privatpersoner och som företagsevent.

– Vi tänker växa i den takt vi klarar med eget kapital utan dyra lån, säger både Johan och Conny.

Målet är hela tiden nöjda kunder som lika starkt som de själva brinner för en god svensk matkultur.

– När det kommer en kund ända från Piteå till butiken i Gudby, då förstår vi att vi lyckats, säger Conny. Och Johan lägger till att "både smålänningar och skåningar älskar våra produkter."

Svartrökarna sätter verkligen Väsby på kartan.

Bengt Bengtsson, Tinnholmen Kommunikation

Så använder vi intäkterna från E4-träden!



Tack alla ni som annonserar på E4-träden i Väsby. Ni bidrar därmed till att vi även kan lyfta fram varumärket Väsby och det som är på gång i Väsby för de bortåt 765 000 bilister som passerar på E4an varje vecka. Det är ej sålt annonsutrymme som vi använder till detta. Hur mycket utrymme vi kan disponera varierar från månad till månad eftersom annonsörerna som betalar för sin annons alltid har företräde. Totalt får vi plats med 12 annonsörer med en visningsfrekvens på 60 ggr/timme. I dagsläget har vi bara en annonsör lokalt i Väsby som köpt detta utrymme.

Hittills har utrymmet använts till:

- Sex annonser på temat Bo, Arbeta och Upptäck Väsby
- Direktbussen 565X
- Symbolen för varumärket Väsby
- Annonsförsäljning lokalt, UVP
- Olika evenemang – exempelvis Väsby Melodifestival, Näringslivsdagen i Väsby, Stadsbyggnadsdagen

Hör gärna av dig till UVP om du har tips och idéer på sådant du tycker vi ska lyfta fram om Väsby.

Sedan augusti förra året lyser numera två 25 kvm stora elektroniska skyltar upp Väsby i de 16 m höga stålträden som står som ett landmärke för Väsby utefter E4 i InfraCity och vid Stora Väsby allé. Ansvarig för annonsförsäljningen på den lokala marknaden är UVP och på övrig marknad Visual Art som också svarar för kanaldriften.

*Gunilla Ridström,
Upplands Väsby Promotion*

Vad tycker du om Väsby's nya landmärken – E4-träden?

– Intervjuer: Bengt Bengtsson, Tinnholmen Kommunikation –

– Foto: Michael Folmer –



Anna Canter, som driver företaget Anatomen:

– Det är absolut en roligare idé med stålträden, än att sätta bildskärmarna på vanliga betongfundament. Däremot är jag skeptisk till hela idén med stora rörliga reklamtavlor längs våra motorvägar.

– Ur trafiksäkerhetssynpunkt är det mycket tveksamt med rörliga reklamtavlor längs våra vägar. Samtidigt diskuterar myndigheterna olika restriktioner mot mobiltelefonanvändande i våra bilar. Det går inte ihop.



Lisa Lister, ägare till The Nuthous:

– Träden är vackra men för mig som småföretagare är LED-skärmarna inget alternativ i min marknadsföring. Den budgeten finns inte i ett litet företag. Sedan tycker jag också att Väsby skulle marknadsföra olika evenemang bättre på skärmarna längs motorvägen så att Väsby får mer uppmärksamhet som kommun. Berätta vad som händer i Väsby. Visa på allt det spännande som sker i kommunen.



Leif Hellström, ägare till Swedish Safe Box AB:

– Stålträden ser trevliga ut och de har också uppmärksammats av många, som passerar på E 4.an. Det är positivt att vi visar var Väsby finns för alla dem som passerar på motorvägen. Hoppas att man går vidare och gör ytterligare insatser för att lyfta fram Väsby.



Lars Schneider, ägare till Honda City Center:

– Allt som görs för att sätta Upplands Väsby på kartan är positivt. Idén med stålträden är kreativ. Sedan kan man väl säga att annonsplatsen på LED-skärmarna är ingenting för oss småföretagare. Det blir lite för dyrt. Samtidigt förstår jag att ekonomin för träden måste gå ihop.

– Detta initiativ liksom många andra i kommunen visar att man vill utveckla kommunen för företagare och för invånarna. Att skärmarna fått kritik är inte bara negativt. Det ger uppmärksamhet och sätter oss på kartan.