

Vi kan hvis vi vil!

Av statsminister Gro Harlem Brundtland

Hvilke 14-dager vi har bak oss! Vi har alle god grunn til å glede oss med medaljevinnerne i Albertville. En bredere og bedre Norges-reklame har vi sjelden hatt. Norsk seiersglede har preget verdens tv-stasjoner og førstesider. Våre idrettsgutter og -jenter er gull verd som ambassadører for norsk innsatsvilje. Det kan gi ringvirkninger på mange områder. Det styrker troen på egne krefter, troen på at det nytter og troen på framtida.

At vi har kunnet hevde oss i de tradisjonelle, nordiske grenene har vi vist før, selv om innsatsen overgår våre forventninger. Det nye er at vi denne gang også hevder oss i grener som har større bredde ute enn her hjemme. Vi må regnes med, også der hvor konkurrentene tidligere har vært best. Det gir Norges-reklame inn i nye og bredere miljøer. Suksessen i OL bør være en inspirasjon for andre.

Grunnlaget for at vi vinner gull etter gull ligger i en bevisst satsing og samarbeid mellom ulike idrettsgrener. Idrettene har lært av hverandre. De har delt erfaringer fra ulike spesialfelt og framfor alt har det vært satt ambisiøse mål. Selvtilliten har det heller ikke vært mangel på. Den som skal vinne må tro og ville.

Mange bør kunne følge i disse sporene. Vi trenger mer av denne innsatsen, planleggingen og utholdenheten også på andre områder. I årene framover må vi hevde oss bedre internasjonalt også på andre arenaer enn idrettsbanen og i kulturlivet forøvrig. Norgesreklamen vinter-OL gir, fører ikke automatisk til ringvirkninger på andre felter. Jobben må fortsatt gjøres. Men det gir god drahjelp, det skaper større interesse for landet vårt og våre produkter.

Store deler av vår eksportindustri har lenge kjempet både i europacupen og verdenscupen. I 90-årene må flere bedrifter og næringer

ta opp kampen på det internasjonale markedet. Det er mange eksempler på at det nytter. Under OL vant Dyno kampen om en storordre til tysk bilindustri. En norske hytteprodusent har fått sjansen på det japanske marked med Vassfar-hyttene. Skismøringsprodusenten Swix angriper et nytt marked med skaft til golfkøller. Grorud Jernvarefabrikk går til utlandet med byggevareprodukter når hjemmemarkedet synker. Vi har gode forutsetninger for å hevde oss. Det må bli typisk norsk å være god, også utenfor idrettsbanen.

Det våre gullvinnere i Albertville framhever er lagånden og samarbeidet. Bak gullvinnerne står det mange som har sin del av æren. Det er en kultur vi må lære av. Suksess kommer ikke av seg selv. Det krever hard jobbing, men også samarbeide og felles innsats - og tro på oss selv. Det trenger vi også hvis vårt næringsliv skal lykkes i konkurransen ute. Skippetakene er ikke nok, det må et langsiktig og planmessig arbeid til.

Fra idretten vet vi at enerne også oppmuntrer til innsats nedover i rekkene og at bredde er en forutsetning for å få fram enere. Slik er det på alle områder. Også næringslivet trenger bredde for å få fram lokomotivene.

"Å være lykkelig vil si å ha lyst til å gjøre det man allikevel må", sa Erich Fromm engang. Vi har også noe å lære av den idretts glede våre gullvinnere viser. Ikke bare over seieren, men over å drive sin idrett, over det nære kameratskapet. De hundretalls timer som legges ned i trening oppleves ikke som forsakelse, men som positive opplevelser, sier Vegard Ulvang. Det er en innstillingen gjør det lettere å lykkes.

Når OL avsluttes imorgen, leveres stafettpinnen videre til Lillehammer. At neste OL skal arrangeres her hjemme, forklarer også den sterke norske innsatsen. Allerede nå høstes resultatene av den satsing som norsk idrett startet da Lillehammer ble tildelt OL. Nå må vi glede oss til å gjøre en god jobb, og bruke de mulighetene OL-arrangementet gir på mange områder i vårt samfunn. La oss prege lekene med noe av det vi er stolt av her i landet, og på den måte formidle det til andre.

Den jobben kan ikke begrenses til de 14 dagene mesterskapet varer. Den jobben har allerede startet og skal vare langt ut over februar 1994. Rundt Mjøsa vokser OL-anleggene fram, og er blitt arenaer også for norsk arkitektur, treindustri og ingeniørkunst.

På Lillehammer om to år har vi en sjelden mulighet til å vise fram norsk kultur, norsk natur og norske produkter - i tillegg til norsk vinnerglede. La oss bruke de mulighetene like godt som våre idrettsutøvere har gjort disse 14 dagene i Albertville.

Idretten har vist at vi kan hvis vi vil.