

Kulturarvsnätverksträff- Kulturarv som besöksmål

9.00- 9.10 Välkomna och bakgrund till träffen

9.15- 9.45 Anja Praesto berättar om de erfarenheter de fick och den utvecklingen för platsen, då Arn-böckerna satte området på kartan. Och hur de då skapade möjligheter att lyfta det lokala kulturarvet. Anja Praesto är intendent på Tidaholms museum.

9.45-10.15 Jessica Bergström berättar om hur hembygdsföreningar kan utvecklas för att bli en del av besöksnäringen. Jessica berättar också om Prisma VG, en samverkansplattform för industrisamhällets kulturarv. Jessica Bergström, utvecklare, Förvaltningen för kulturutveckling, Västra Götalandsregionen. www.prismavg.se

10.15-10.30 Kaffepaus

10.30- 11.00 Presentationsrunda

11.00-11.20 Diskussion i mindre grupper

11.20-11.30 Summering av diskussioner Plan framåt

Lisa Haeger- Boråsregionen- Vad har hänt sen sist?

- Egen flik på borasregionen.se där information läggs ut
- Kontakt med RAÄ som kommer i höst
- Vilka samverkanspartners når vi inte?
- Da capo i Mariestad

Lisa jobbar på med innehåll till träffarna, hör av er med tips eller inspel! Vi fortsätter enligt modellen, inspiration följt av diskussion. Men det kan också utmynna i utbildningar om det behovet finns. Nätverket styr.

Anja Praesto- Arnturism

Får fortfarande förfrågningar kring Arn besök.

Det var ju "based on a true story" Jan Guillou tyckte att det var trevligt och var med på det. De hade dialog kring platser och stora drag kring handling. I Arns fotspår. Dels fanns " den riktiga historien" men en kunde också använda Arn som en röd tråd. Det blev ett gemensamt projekt mellan kommunerna, medeltiden. Det är klart att bronsålder och 1700-tal inte fick fokus. Men tanken var att det "spills" över till de andra åldrarna. När filmen kom, så kom en nytändning, Projektet var kommuner tillsammans med västsvenska turistrådet.

Litteraturturismen var större än filmturismen. Vissa besökare förstod inte att Arn var påhittad.

Det började med en enkel Arn broschyr där kommunerna var delaktiga. De behövde bara bidra med 5000 kr i första skedet, så att alla kunde vara med, även de mindre kommunerna. Att samlas kring broschyren var starten på hela Arnturism satsningen. Det blev så lyckat att mer pengar sköts till. Skövde hade inga "Arn platser" men var med och betalade och de var de som tjänade mest pengar på besöksnäringen.

När produkter skulle skapas, så tänkte vi på platser på spänning och action och platser för reflektion och ro. Detta gjorde att det blev en väldigt bred målgrupp. Det som har hänt i Varnhem nu, att en 1000tals kyrka grävts fram och Katas hus. Det har skett på grund av det fokus på medeltiden som skapades under Arn. I projektet fanns, 15 kommuner, VGR Västergötlands museum Skara stift, Västsvenska turistrådet, näringsliv och ideella krafter. Medeltidscentrum. Göta rike. ECTN (eu- nätverk)

Det började underifrån med en enkel broschyr utan målen höjdes efterhand, alla såg potentialen och de knöts efterhand fler och fler till projekten. Att det var underifrån var ett lyckat arbetssätt.

Arn akademien bestod av turistbyråer som sen blev Next stop Skövde. (turism)

Aktörer

Researrangörer, Guider, hantverkare, Kyrkan, Krögare, Boendeanläggningar, Skådisar- reanactmentfolk, Studieförbund, Skolor, Media, Myndigheter. Pengarna ligger i mat och boende, museum och kulturarv tjänar inte pengar men har innehållet.

Produkter

Resor, Visningar och vandringar Hästturer, kanotturer, cykelturer, Mobilguide- on spot story "Arn helger"- då allt var öppet, Sång, musik och skådespel, Ynglingospel, Gästabud, Föredrag, Kurser, Souvenirer, Ost (Arnost) och vin (Granqvist vinleverantör tog fram ett särskilt vin) och annan mat, Litteratur, vänt till turisterna. Utställningar.

Marknadsföring

Traditionella verktyg- annonser, trycksaker, web. Samarrangemang. Mössor, konserter, tv och filmsupport. PR. Pressbearbetning. Att hjälpas åt och lotsa vidare, samverka och hjälpa varandra. Den största marknadsföringskostnaden var att vara med på Bingolotto, medeltidsklädda i publiken och "Arn" kom in på häst.

Att filmen spelades in gjorde att det blev arbetstillfällen i närområdet. Som mest var det 2002 över 400 000 besökare.

Framgångsfaktorer

Timing. En självreflekterande tid, Funky history. Blandningen av historia och fiktion, Identitet- vem är jag? Hur är samhället? Trendigt. Kändisfaktor- Stjärnglans över Skaraborg, Kvalitetsaspekt- museet var inblandade och borgade för kvalitet.

Från början var det bara tre kommuner och de var de stora, och då bad hon om bara 5000 kr och sen blev det turismen, det var baserat på relation till invånare. Motorn var Arn akademien, men muskelmässigt så var det mest Lidköping och Skövde men Skara var drivande. De fanns drivande turistchef.

Ha ett destinationstänk, om de kommer hit, så kommer det bli intäkter.

Turisterna ser inte kommungränserna, de struntar i det.

För att få samarbete så måste en tjata...

Jessica Bergström. VGR

Före detta Västarvet nu förvaltningen för Kulturutveckling. Prisma VGR- en samverkansplattform men också en webbplats. Nästan allt vi tar för givet är en effekt av industrialiseringen. Är vi mitt inne i en ny samhällsförändring? Västsveriges historia ska lyftas, från 1850 fram till idag. Inte bara industrihistoria utan hela samhällsomvandlingen.

Tre arbetsgrupper

- Webbredaktion
- Samverkan och evenemang
- Kulturturism

Samordning leder till mer effekt. Jobbar tillsammans för att lyfta de mindre besöksmålen. Bildades efter att de varit med i CHRISTA- ett interreg projekt. På hemsidan ska berättelsen vara i centrum. Om platser, människor och händelser som skapat det samhälle vi lever i idag. En plats för berättelser- inte ett arkiv. Många sätt att berätta, text, bild, ljud, film och mobilguide.

Kulturarvet som besöksmål

Sveriges hembygdsförbunds satsning för en stärkt position inom besöksnäring. SHF har tagit fram en metod för att hjälpa de föreningar som vill bli en del av besöksnäringen, det finns en processledare, Johan Graffman. I VGR arbetar de med 25 ideella föreningar när de fått medel av Tillväxtverket.

Turister/ besökare vill:

Uppleva det genuina och lokala

Möta människor från bygden

Lära sig nya saker och få kunskap

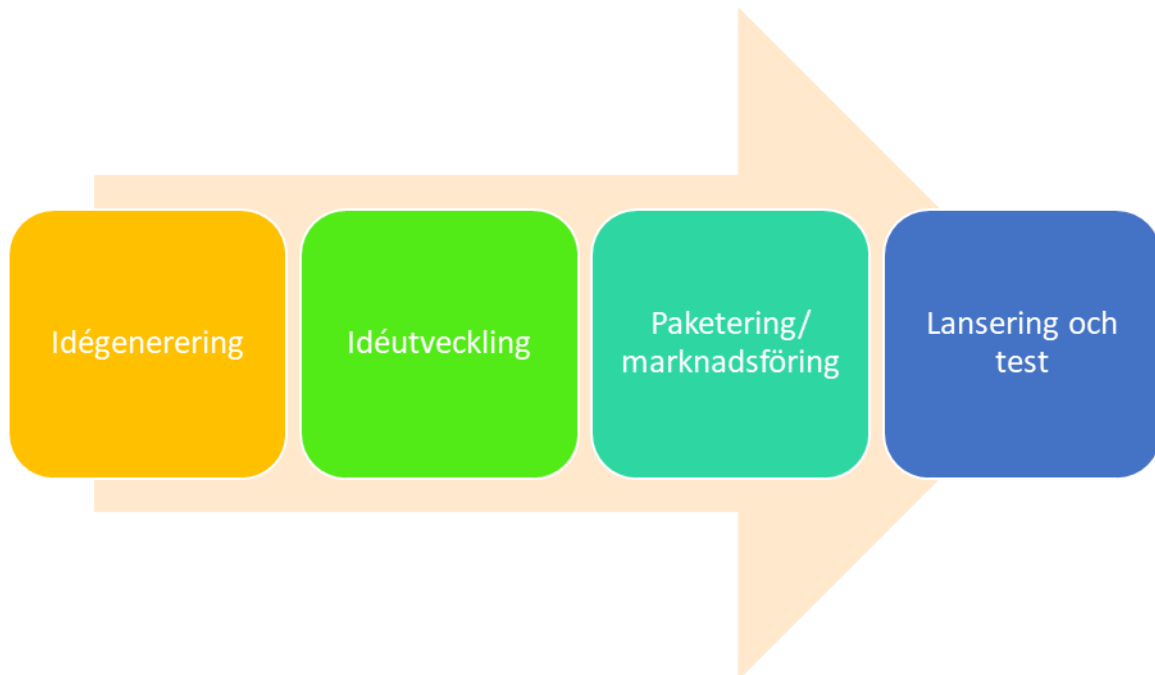
Delta i svenska traditioner

Ta del av den svenska traditionen



Börja resan hemma
Kulturarvsföreningar har
Engagemang- Tillgång- Kompetens. Är uppskattade. Mötesplatser

Process:



4 möten 3h per gång+ hemläxa
Avstämning mellan träffarna
Utvärdering efter att produkten testats.
Exempel på projekt- Stort kafferep, Fiska kräftor, skördetid, utgrävning.
Det arbetar med att bli tipsade av intresserade föreningar i detta första skede
och skickar ingen allmän information. Syftet är att långsamt bygga upp en
struktur.

Diskussion i smågrupper, Diskussionsfrågor

Diskussionsfrågor kulturarv som besöksmål Vad behövs för att utveckla kulturarvet som besöksmål? Vilka kan man samarbeta med när det gäller kulturarv som besöksmål? Känner alla till kulturarvsdagen? <https://www.raa.se/evenemang-och-upplevelser/kulturarvsdagen/tema-2021-kulturarv-for-alla/> Vad önskar besöksnäringen från kulturarvssektorn? Vad önskar kulturarvssektorn från besöksnäringen? Finns det något bra exempel att lyfta och lära sig mer av?

Korta anteckningar grupp 1

- Påminna hembygdsföreningarna om att anmäla aktiviteter till kulturarvs och arkeologidagarna
- Tänka igenom hur vi på bästa sättet kan förmedla kulturarv till skolornas olika årskurser
- Utveckla fler vandringsleder med olika kulturarvsteman.
- Audioguider och story spot
- Lyfta fram den historiska knallehandeln från även Mark, Kind och Ulricehamn förutom från Borås.
- Lyfta fram fler delar av det kulturarv som är speciellt för Sjuhäradsbygden.

Korta anteckningar grupp 2

- Kulturarvsdagen, 10-12 september, RAÄs Tema: Kulturarv för alla
- Arenaveckor i en kommun i taget. Processlett av VGR.
- Föreningar bidrar med punkter till programmet.

- Borde kanske se över vad vi har i kommunerna i digitala guider. Audioguider, Story Spot, One Spot Story...
- Alla har en stor utmaning i att engagera ideella krafter. Svårt att få hembygdsföreningarna att hoppa på nya projekt och tänka nytt som kan leda till en förnyring av de engagerade.
- Bra med nätverk så vi vet vad som händer på olika nivåer och kan hjälpa föreningarna att kopplas ihop med större projekt. Öka samverkan, mer kommunikation. **Kanske kan Sjuhärad ha en gemensam arenavecka?** Nätverk stärks av gemensamma, praktiska mål. Stärka kulturarvet kopplat till våra vandrings- och cykelleder tex.

Nytt tema framåt, Skolor och kulturarv?