



KULTURARV
VÄSTERVIK

Austamps
RAPPORT



Innehåll

3 VARFÖR PLATSUTVECKLING?

4 BAKGRUND

5 PLATSEN

6 PROJEKTORGANISATION

7 PLATSUTVECKLING

11 HÅLLBARHET

12 METOD

17 VERKTYG

20 PLATSER

24 INLEDANDE MÖTEN

WORKSHOP 1

25 GENOMFÖRANDE

27 RESULTAT

28 UPPFÖLJNING

WORKSHOP 2

29 GENOMFÖRANDE

30 RESULTAT

33 UPPFÖLJNING

WORKSHOP 3

34 GENOMFÖRANDE

35 RESULTAT

36 UPPFÖLJNING

WORKSHOP 4

37 GENOMFÖRANDE

38 RESULTAT

EXTRA WORKSHOP

40 GENOMFÖRANDE

ARBETSFLÖDE & AVSLUT

41 LÖPANDE ARBETE

42 AVSTAMPskonFERENS

REFLEKTIONER & SLUTSATS

43 ANALYS & REFLEKTION

48 SLUTSATS

Vi 

KULTURARV

Varför PLATS- UTVECKLING?

I kommunen finns många mindre orter med ursprung i jord- och skogsbruk, industrier och bruk samt skärgård med fiskesamhällen. Människor lever, bor och verkar på platserna. Vi har mött ett engagemang, en vilja att göra den egna platsen ännu bättre och inte minst en stor gemenskap.

För ett par år sedan byggde Västerviks Museum ett nätverk och en gemensam plattform för kommunens många kulturarvsaktörer i syfte att lyfta och stärka aktörernas samarbete och motståndskraft. Under det senaste året har vi tagit avstamp i

- nätverket "Kulturarv Västervik" och arbetat med det vi kommit att kalla "platsutveckling i det lilla". Det innebär att vi på små landsbygdsorter samlat lokala krafter för att öka samarbete, sätta gemensamma mål och stärka kommunikation mellan invånare, föreningar, företagare och offentlig sektor.
- Vad händer om vi arbetar med hållbar platsutveckling på landsbygden? Vad skulle Västerviks kommun se för effekter om vi genomförde det på många fler platser? Vad skulle den lokala kraften kunna åstadkomma? Detta var några av de frågor vi ville få svar på.
- Projektet har genomförts av Stiftelsen Västerviks Museum. Det har finansierats av Tillväxtverket och Tjustbygdens Sparbank. Samarbete har skett med Västerviks kommun, Västervik Framåt AB och Förvaltnings AB Smålandsbanan. Stort tack till alla engagerade föreningar, företagare och boende i Lofta, Dalhem, Almvik och Törnsfall!

Tjustbygdens
Sparbank



VÄSTERVIK
FRAMÅT

VÄSTERVIKS
Museum



VÄSTERVIKS
KOMMUN

MED FINANSIERING FRÅN

tillväxt
verket



Instagram

BAKGRUND

Under våren 2021 började vi arbeta med ett projekt inom Tillväxtverkets utlysning ”Hållbar platsutveckling inklusive möten och evenemang”. Bakgrunden var att det i Västerviks kommun finns en rad betydande, värdefulla och påkostade kulturhistoriska besöksmål som drivs av privatpersoner eller ideella föreningar. Många av aktörerna har svårt att engagera yngre aktiva och locka nya besökare. Det innebär i förlängningen att flera av dem riskerar att försvinna.

Inom destinationen Västervik finns redan etablerade nätverk inom handel, restaurang, boende, evenemang och outdoor, men inget av dem riktas mot kulturarven och dess aktörer. Det finns, som vi ser det, brister i förståelsen för kulturarvsaktörernas potential och attraktionskraft.

PLATTFORM FÖR KULTURARV

Kulturarvsaktörerna i Västerviks kommun har länge saknat möjlighet att brett och på egen hand marknadsföra sin verksamhet, ta emot bokningar och förfrågningar från besökare och bygga nätverk med andra aktörer. Det innebär i sin tur att besöksmålen inte kunnat möta den efterfrågan som finns, att de inte använts i den omfattning som är möjlig och därmed inte heller har utvecklats.

Vi har byggt ett nätverk för kulturarvsaktörer i kommunen, Kulturarv Västervik. Genom nätverket har aktörerna fått en gemensam plattform för att engagera fler aktiva och på så sätt utveckla sin verksamhet. Genom att öka synligheten och tillgängligheten hos aktörerna och bygga

upp samarbetet med det lokala näringslivet, civilsamhället och kommunen kommer de att få större möjligheter att förvalta, använda och utveckla kulturarven. På så sätt skapas även kompetens och ekonomiska förutsättningar för fler arbetstillfällen. Kulturarv Västervik ska vara en katalysator och samlande kraft för de ideella verksamheternas långsiktigt hållbara utveckling med fortbestånd, rekrytering av yngre krafter och möjlighet att värna de lokala kulturarvsmiljöerna.

LÅNGSIKTIGHET & FÖRDJUPNING

I maj 2022 fick vi möjlighet att fördjupa vårt arbete genom utlysningen “Fördjupat arbete kring hållbar platsutveckling”. Syftet har varit att vidareutveckla och testa den metod som använts under första projektperioden.

I arbetet med uppbyggnaden av nätverket Kulturarv Västervik kunde vi identifiera en oro hos aktörerna, en oro som grundade sig i svårigheter med nyrekrytering och förvaltning samt i förlängningen förlorade kulturarv. Majoriteten av kommunens kulturarvsaktörer driver sin verksamhet på någon av Västerviks mindre landsbygdsorter. Det handlar om glesbefolkade platser med begränsad samhällsservice. Levande platser med inflyttning, gemenskap och engagemang är en förutsättning för att kulturarven och kulturarvsaktörerna ska kunna leva vidare på lång sikt. Därför såg vi potentialen i att arbeta med det vi kommit att kalla “Platsutveckling i det lilla”.



”
Levande platser med inflyttning,
gemenskap och engagemang är en
förutsättning för att kulturarven
och kulturarvsaktörerna ska kunna
leva vidare på lång sikt.

PLATSEN



VÄSTERVIK SOM VARUMÄRKE

Västervik har två år i rad utnämnts till årets sommarstad av reseguiden.se. Kommunen har länge arbetat med profilering genom evenemang som Visfestivalen, MC-dagarna och Hasselörodden, vilket bidragit till bilden av Västervik som en semesterort med bred besöksnäring och vacker skärgård.

I kommunen finns flera campingplatser. Störst är Västervik Resort, en camping med över 850 husvagnsplatser, tältplatser, stugor och gästhamn. Dessutom finns två större hotell-och spaanläggningar, Slottsholmen och Gränsö, som lockar besökare året runt. Destinationsbolaget har valt att inrikta marknadsföringen på staden Västervik, outdoor, skärgård, evenemang och shopping/äta.

VÄSTERVIK I SIFFROR

I Västerviks kommun bor cirka 37 000 personer, varav 21 000 i tätorten.

Vi finns i nordöstra Småland på gränsen till Östergötland och är en landsbygdskommun som kännetecknas av skog och jordbruksmark i inlandet, sjöar och en långsträckt kust med över 4 000 öar, kobbar och skär.

Enligt den officiella statistiken hade Västervik under sommaren 2022, 350 000 gästnätter, en ökning med 14,7% mot föregående år. Mätningen innefattar besökare på hotell, vandrarhem och campingar, men saknar statistik för besökare i gästhamnar, fritidshus, övriga privata boenden och ställplatser.

MER ÄN BARA SKRÄP!

För att få en mer övergripande bild över kommunens befolkningsökning under sommar-månaderna tog vi hjälp av det kommunala bolaget Västervik Miljö & Energi. De väger systematiskt hushållssoporna som kommer in till återvinningsanläggningen. Genom att titta på siffrorna över en treårsperiod har stjärnan Bengt, affärsområdeschef på bolaget, kommit fram till att kommunens befolkning ökar med i snitt 10 000 - 12 000 personer under juni - augusti. Det innebär att vi blir 30% fler under sommaren, att antalet gästnätter juni till augusti i själva verket kan landa på runt 1 000 000, nästan tre gånger fler än vad den officiella statistiken ger sken av. Om besöks-siffrorna är så höga borde det ha inverkan på samhällsplaneringen när det gäller till exempel infrastruktur, energi, vatten, renhållning och äldreomsorg.

Varje sommar

1 MILJON

Vägning av hushållssoporna indikerar att kommunen har i genomsnitt ca 1 miljon övernattande gäster juni-augusti!

PROJEKTORGANISATION

I projektet har projektledare och kommunikatör arbetat heltid. Projektledaren har ansvarat för metod, process och genomförande.

Projektkommunikatören har ansvarat för all kommunikation, formgivning och dokumentation i form av foton och film. Det har varit mycket positivt att projektkommunikatören deltagit operativt i hela projektet. Budskap, dokumentation och marknadsföring har på så sätt blivit en självklar del i projektets utveckling och vi har tillsammans snabbt kunnat anpassa oss efter de förändringar som gjorts.

Vi har även engagerat en projektadministratör på halvtid för att hantera bokningar, beställningar, inbjudningar, anmälningar och annan dokumentation. Det har varit ett välkommet tillskott när vi genomfört alla möten och workshops. Vi har haft en intern projektgrupp för uppföljning och löpande diskussioner.

STYRGRUPP

I styrgruppen har ledningen för Stiftelsen Västerviks Museum samt projektledningen ingått. Vi har diskuterat frågor som metod, inriktning och förändringar.

REFERENSGRUPP

I referensgruppen har landsbygdsutvecklare från Samhällsbyggnadsenheten, turismansvarig från destinationsbolaget Västervik Framåt AB, kultursamordnare från Kulturenheten och projektledning deltagit. Referensgruppen har fått all dokumentation skickad till sig vartefter möten och workshops genomförts. Vi har också

träffats med jämna mellanrum. Vi valde aktivt att inte bjuda in deltagarna i referensgruppen till de första mötena. De fick istället vara med från workshop 3 och framåt. Det gjorde att vi fick möjlighet att dra igång arbetet på varje plats utifrån vad de som bor och verkar på platsen kan göra tillsammans, istället för vad kommunen kan göra.

PLATSORGANISATION

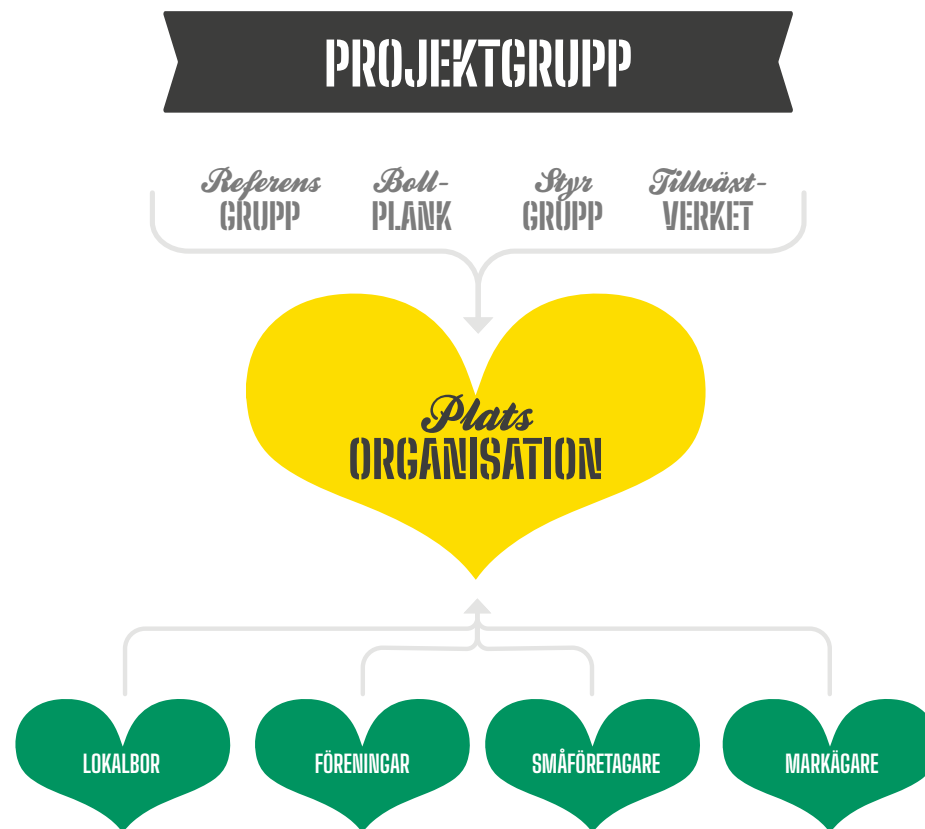
På varje plats har vi utgått från kulturarvet och bjudit in föreningar, företag och boende på platsen. Alla som anmält intresse, oavsett om de haft möjlighet att delta i alla möten eller inte, har fortsatt fått information om vad som händer.

BOLLPLANK

Under de sista månaderna av projektet har Daniel Byström på Design Nation, hjälpt oss diskutera begrepp, se platsutveckling ur andra perspektiv och sätta våra resultat i en större kontext. Ett bra sätt för oss att lyfta blicken och se hur vårt arbete kan användas i ett större sammanhang och vad det skulle innebära i framtiden.

TILLVÄXTVERKET

Vi har haft förmånen att få ingå i två olika grupper av utlysningen. Det har varit gruppen med fortsättningsprojekt, som vi lärde känna under det första projektet, men också gruppen med världsarv och biosfärområden eftersom vi arbetat utifrån samma metod. Träffarna, både fysiska och digitala, har varit guld värda! Oavsett vilket sammanhang vi arbetar i har vi ofta liknande frågor och erfarenheter. Utbytet mellan alla projekt och de föreläsningar vi fått har betytt mycket för oss.



PLATSUTVECKLING

DEFINITION AV BREGREPP

TILLVÄXTVERKETS DEFINITION

Tillväxtverket har under lång tid arbetat med destinations- och platsutveckling ur ett besöksnäringssperspektiv. Traditionell destinationsutveckling fokuserar på besökare medan platsutveckling arbetar för att besöksnäringen ska ge positiva effekter också för andra grupper. De menar att genom hållbar platsutveckling skapas attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar. Platsutveckling utgår alltid från de specifika behov, förutsättningar och utmaningar som finns just där. Det bygger på ett samarbete, en samsyn och en gemensam målbild mellan civilsamhället, offentliga sektorn och näringslivet.

I den nationella strategin för turism och besöksnäring som kom hösten 2021 lyfts platsutveckling fram som ett perspektiv. I strategin anges långsiktiga mål för besöksnäringen.

”

Syftet är att invånare, föreningar, intresseorganisationer, näringsliv och offentlighet arbetar tillsammans för att nå gemensamma mål och utveckla platserna långsiktigt.

LÅNGSIKTIGA MÅL I DEN NATIONELLA STRATEGIN

- **Turism bidrar till att skapa attraktiva platser.**
- **Samarbetet på platsen involverar civilsamhälle, offentlighet och näringsliv samt bygger på långsiktighet och ömsesidig respekt.**
- **Natur- och kulturvärden identifieras, värnas och utvecklas respektfullt.**
- **Besökare stannar längre och det finns fler besöksanledningar året runt.**

Tillväxtverket beskriver de två begreppen som att destinationsutveckling har fokus utifrån besökaren. Deltagare är offentliga aktörer, näringsliv och ibland, civilsamhälle. Platsutveckling har fokus utifrån besökare, boende, företag och investeringar. Det är ett samlat grepp för att utveckla en plats och flera samhällsfrågor integreras i arbetet. Platsutvecklingen har ett brett deltagande med offentliga aktörer, näringsliv, civilsamhälle och invånare.

Kristina Nilsson Lindström, kulturgeograf och universitetslektor vid Göteborgs Universitet, menar att det pågår ett skifte i perspektiven. Från att utvecklingen av besöksnäringen stått i centrum till att det blir ett medel eller ett bränsle för att arbeta med den lokala utvecklingen.

VÅR DEFINITION

I vårt arbete har vi valt att definiera destinationsutveckling som varumärkesbyggande. Det är ett samarbete mellan destinationsföreträdare och näringslivet. Det syftar till att lyfta fram ett geografiskt område och vänder sig till besökare.

Genom platsutvecklingen vänder man på perspektivet och utgår från den lokala förankringen. Syftet är att invånare, föreningar, intresseorganisationer, näringsliv och offentlighet arbetar tillsammans för att nå gemensamma mål och utveckla platserna långsiktigt. Attraktiva platser att leva och bo på lockar även besökare och ger en bättre grogrund för företag att växa.

En långsiktig destinationsutveckling är beroende av den lokala förankringen för att få en hållbar och trovärdig marknadsföring mot besökare. Det gör att båda perspektiven, destinationsutveckling och platsutveckling, behövs men att de representerar olika arbetssätt och syften.

PLATSUTVECKLING

HÅLLBARHET I BESÖKSNÄRINGEN

HÅLLBAR TURISM

I det turismpolitiska målet beskrivs att: "Sverige ska ha en hållbar turism, med ett hållbart resande och en hållbar och konkurrenskraftig besöksnäring som växer och bidrar till sysselsättning och attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar i hela landet". Men hur vet vi vilken inverkan turismen har?

År 2019 kom rapporten "The invisible burden of tourism" (The Travel Foundation, Epler Wood International och Cornell University -Center for Sustainable Global Enterprise). I rapporten diskuteras den "osynliga bördan" av besöksnäringen. Det handlar om kostnader för lokal infrastruktur och för skyddet av ekologiska och sociala system. Många destinationer är inte förberedda eller anpassade till en ökad besöksnäring.

Ledningen för destinationer är till stor del fokuserade på tillväxt i turistbranschen, men sätter inte näringen i ett samhällssammanhang. Enligt rapporten handlar det om att hitta vägar för att både mäta och hantera den totala kostnaden för varje turist, även på lokal nivå. Det är kostnader som transporter, energi, vatten och renhållning för besökare, men också det ökande antalet som arbetar inom besöksnäringen.

Besöksnäringen följer idag upp verksamheten med en alltför ensidig bild genom att titta på vad turismen bidrar med till ett

• samhälle, men inte vad den kostar eller påverkar. Författarna • menar att om vi inte mäter och hanterar helheten kommer fler • platser att drabbas av slitage, överturism och protester från både • boende och besökare.

• På Gotland beställde den lokala besöksnäringföreningen 2021, • en rapport om turismens bidrag och kostnad som väckte stor • uppmärksamhet. Föreningen tvekade innan de publicerade den • eftersom det är ett komplext område att mäta. Debatten kom • till stor del att handla om hur stor andel av omsättningen som • stannar på Gotland och hur mycket turismen kostar i form av sam- • hällsservice och infrastruktur.

REGENERATIV TURISM - FÖR LÅNGSIKTIG BESÖKSNÄRING

• Regenerativ turism handlar om att lämna platsen bättre än den • var när du kom. Vid Uppsala universitet pågår forskning kring • hållbar destinationsutveckling och regenerativ turism. Ett av • projekten går ut på att undersöka hur turism kan ge positiva ef- • fekter på samhällen och miljön. Man menar att regenerativ turism • utmanar samhällets fokus på ekonomisk tillväxt och istället pekar • på en ekonomi som leder till ömsesidig nytta, för både besökare • och boende. Forskningen utgår från de lokala initiativ som redan

REGENERATIV TURISM - ATT LÄMNA PLATSEN BÄTTRE ÄN DU HITTADE DEN.

• finns för att utveckla lokalsamhällen. Man vill nå en destinations- • utveckling som lokalsamhällena har kontroll över och att utkom- • sten kommer dem tillgodo. Turismen används som ett verktyg för • att skapa hållbar utveckling.

• Daniel Byström, destinationsdesigner och grundare av Design • Nation, menar att regenerativ turism går ett steg längre än hållbar • turism. Hållbar turism strävar efter att uppnå jämvikt eller att • undvika negativa effekter. Enligt Daniels definition innebär rege- • nerativ turism att besöksnäringen inte bara ska uppnå jämvikt • utan också ge positiva effekter. Hållbar turism behöver egentligen • inte visa vilken nytta den gör, men regenerativ turism måste kun- • na bevisa effekterna. Och för att kunna göra det måste vi veta vad • vi utgår ifrån och hitta sätt att mäta hur platser utvecklas.

• I Norden pågår ett pilotprojekt, Nordic Regenerative Tourism - • NorReg, finansierat av Nordiska rådet. Man ser förflyttningen från • hållbar till regenerativ turism som ett paradigmskifte. De nordiska • länderna karaktäriseras av många mindre och spridda samhällen • som är beroende av men samtidigt ömtåliga för turismen. Målet • med projektet, som pågår till våren 2024, är att ta fram verktyg • för att utveckla turismen till mer hållbar, motståndskraftig och • regenerativ. I projektet finns tre områden som prioriteras . Det • är "människor" och begreppen deltagande och lokalt värde, • "miljö" och begreppen mångfald och balans samt "närliv" • och helhet och kreativitet .

PLATSUTVECKLING

MÄTMETODER

VAD MENAR VI?

Turismen och besöksnäringen måste sättas in ett större, mer holistiskt perspektiv. Det kan inte behandlas som ett separat spår utan måste ingå i övrig samhällsplanering. Turismutveckling och besöksnäring måste utgå från den lokala förankringen för att bli långsiktig hållbara och kanske också regenerativa. Turismen måste följas, mätas och analyseras. Hur ska vi annars veta om vi blir bättre?

MIRANDA

Vid Högsolan i Dalarna och Centrum för Besöksnäringforskning pågår en rad projekt. De skriver: "Besöksnäringen är med och påverkar samhällsutvecklingen, den bidrar till arbetstillfällen, skapar möjligheter att bo och leva i hela Sverige, bidrar till förbättrad folkhälsa, ökad integration och ökad kunskap om natur och kultur, bara för att nämna några av bidragen".

Forskningen fokuserar framför allt på turismens utveckling, dess effekter, arbetsmarknad och hållbarhet. Inriktningen är destinationsutveckling och besöksnäring på landsbygden och mindre orter.

Ett av projekten är Miranda där man arbetar med att öka förståelsen för turismens påverkan. Det gör man genom att ta fram en metod för datainsamling, en modell för beskrivning av effekter samt ett "Business Intelligence-verktyg" för att se turismens volymer och effekter. Resultatet kommer att kunna användas inom till exempel samhällsplanering och för att förstå de samhällsekonomiska effekterna av turism bättre.

TOURISM SENTIMENT INDEX (TSI)

TSI lanserades 2018 och scannar, med hjälp av AI, olika medier efter vad besökare lägger upp, beskriver och taggar. Omdömen på sociala medier eller rekommendationer från vänner är ofta avgörande för vad besökare väljer att göra när de kommer till en ny plats.

En plats, en destination eller ett besöksmål kan snabbt stiga, eller sjunka, i popularitet. Oväntade eller snabba svängningar i vad besökare prioriterar ställer krav på besöksnäringen och samhället att till exempel få fram fler parkeringsplatser eller hantera slitage på känsliga naturområden.

Genom att följa omdömen och beskrivningar på sociala medier kan besöksnäringen få en annan bild av hur besökare upplever deras plats. Vad tycker besökare är värt att dela? Är det de stora eller självklara besöksmålen på varje destination eller är det andra företeelser vi rapporterar om hem? Utsikten från ett berg, en undanskymd badplats eller bästa kanelbullen?

Sopiga SIFFROR...

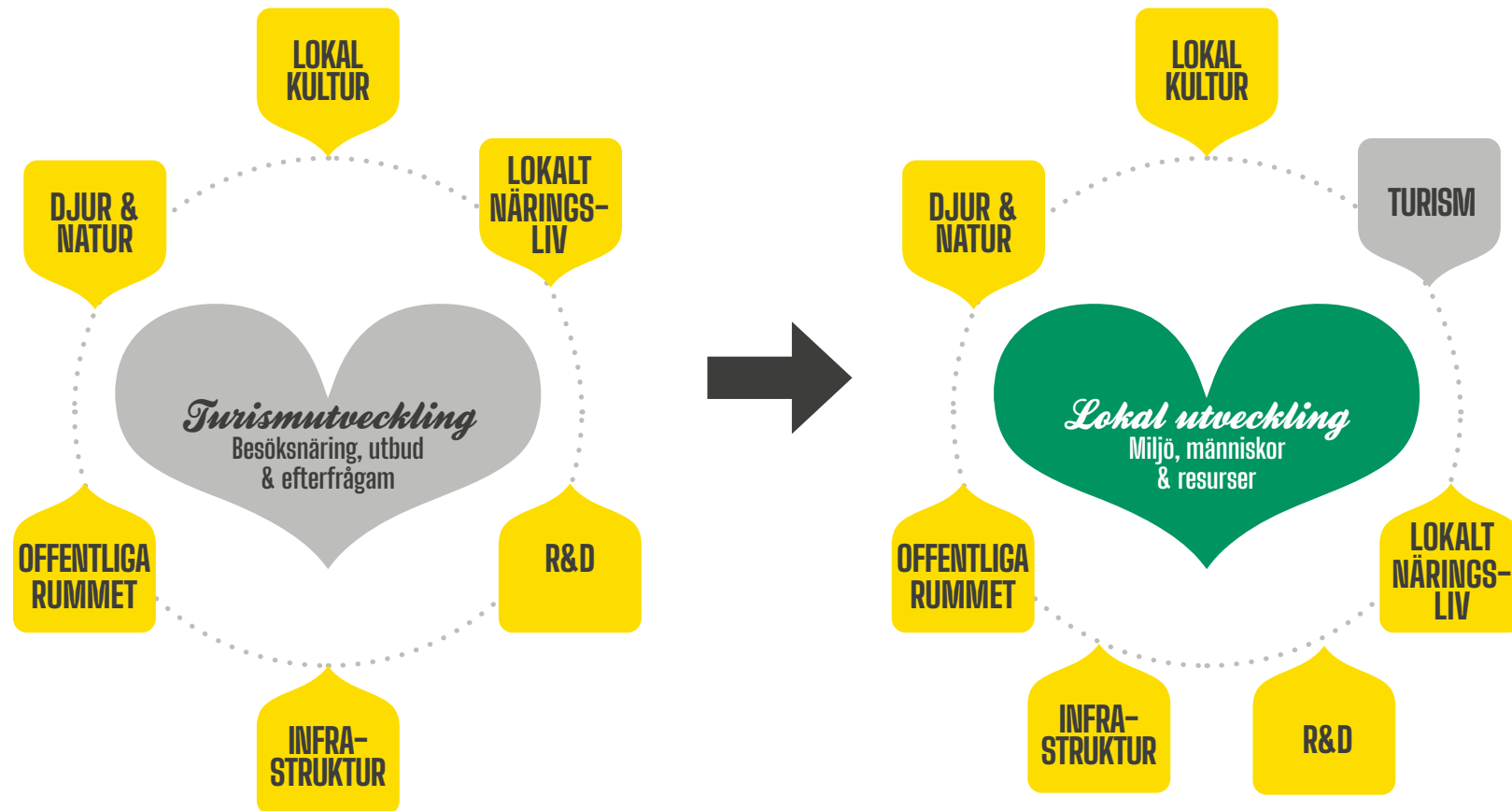
Vi tog kontakt med Västervik Miljö & Energi, ett kommunalt ägt bolag som bland annat hanterar all avfallshantering i kommunen. Vi anade att den bild som statistiken för antalet gästnätter visar är långt ifrån hela sanningen. I Västerviks kommun finns cirka 5300 - 5500 fritidshus, flera ställplatser, privata uthyrare av semesterbostäder och många gästhamnar. Inga av dessa finns med i siffrorna över antalet gästnätter.

När hushållsavfallet hämtats runt om i kommunen körs det till återvinningsanläggningen Målserum i Västervik. Där vägs allt restavfall innan det går till återvinning eller förbränning. Vi har inte skiljt på var avfallet hämtats. Det kommer från både privatpersoner och företag. Västervik Miljö & Energi använde statistik från de senaste tre kalenderåren (2019-2021) och tog fram ett snitt. Det visade att befolkningen i Västervik ökar med cirka 10 000 - 12 000 personer under perioden juni-augusti. Vi kan inte säga hur många unika besökare det innebär, men det visar att Västerviks kommuns befolkning ökar med cirka 30% under sommarmånaderna och omräknat i antal gästnätter skulle det kunna innebära 1 000 000. Tidsperioden (2019-2021) sträcker sig över pandemin, då många troligtvis passade på att bo i sina fritidshus och det gick mycket riktigt att se en liten ökning. Men Västervik Miljö & Energi säger samtidigt att användandet av fritidshus åretrunt är en utveckling som startade redan före Covid-19 pandemin.

Det är nya regelverk på väg för den kommunala avfallshantering. Det kommer att bli obligatoriskt att källsortera matavfall och kommunen kommer även att ansvara för förpacknings- och tidningsinsamling (den del som tidigare låg på FTI). Samtidigt driver Västervik Miljö & Energi ett stort digitaliseringsprojekt som kommer att ge en mängd nya data. Vi ser fram emot att gräva ner oss i mer sopor och fler infrastrukturens siffror framöver!

PLATSUTVECKLING

Platsutveckling FRÅN TURISM SOM MÅL – TILL MEDEL



BASERAD PÅ SAARIEN, 2007; BURNS 1999)

HÅLLBARHET



Under det första projektet valde vi en bredare användning av begreppet hållbarhet. Vi arbetade med alla tre dimensioner: miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet.

Under fortsättningsprojektet upplevde vi att det blev svårt att förmedla vad begreppet hållbarhet innebär för en specifik plats. Det blev både luddigt och kändes påklistrat.

Vi valde därför att prata om långsiktighet istället för hållbarhet. Vi upplevde att det gjorde det lättare att få gehör hos projektdeltagarna. Men vi var inte riktigt nöjda! Efter att ha genomfört de inledande mötena på varje plats samt haft många diskussioner internt och med Tillväxtverket (tack Helena Lindahl!) kom vi fram till två saker:

1. Vi behövde inte greppa hela hållbarhetsområdet med alla dimensioner. Det är bättre att begränsa sig för att på ett självklart sätt få in hållbarheten som en del i platsutvecklingen.
2. Vart vi än kom var det frågor runt gemenskap, samarbete, lokal identitet och beteenden hos boende och besökare som stod högst på agendan.

Det gjorde slutligen att vi valde att inrikta oss på social hållbarhet. Vi såg det som nyckeln

till att lyckas med hållbar platsutveckling i det lilla. Social hållbarhet handlar bland annat om lokal förankring, levande historia och kultur, besöksnäring för alla, respekt för varandra samt kommunikation. Projektdeltagarna förde tidigt fram att det var här det haltade på alla platser.

Om vi, genom platsutveckling, kunde hjälpa till att få igång arbetet med bättre kommunikation, gemenskap och samarbete var vi övertygade om att det skulle bilda grunden för långsiktig och hållbar utveckling.

Vi ser på sikt, den sociala hållbarheten som en ingång till de ekonomiska och miljömässiga hållbarhetsaspekterna. Vi tror starkt på att det ena ger det andra!

Ett exempel på hur den sociala hållbarheten kan användas som ingång är projektet "Hej Torvalla" i Östersunds kommun. Det bygger på metoden ABCD (Asset Based Community Development) för hållbar samhällsutveckling. Syftet med projektet var att stärka tryggheten på platsen och genom arbetet med olika träffar har de boende lärt känna varandra och skapat egna aktiviteter. (Placebrander Trendrapport 2023)

Social hållbarhet
**– EN GRUNDBULT I
PLATSUTVECKLINGEN!**

METOD

VAL AV METOD

Vi valde under den första delen av vårt projekt att prova om Unescos metod för att stärka världsarven även fungerar på ett lokalt plan i en kommun med en rad besöksmål inom kulturarv.

Unesco ser att en av de största utmaningarna för världsarvens överlevnad är att kunna planera och proaktivt driva turismen hållbart. Unesco har därför tagit fram en metod för att stärka världsarven, Unesco World Heritage Sustainable Tourism Toolkit. Metoden ska hjälpa världsarven att maximera fördelarna med hållbar turism och minimera den negativa påverkan samtidigt som de möjliggör tillväxt i det lokala, omkringliggande samhället.

Under åren 2019 - 2021 pågick projektet "Stärka Världsarv" i Falun med omnejd. Syftet med projektet var att prova och anpassa Unescos metod till en hållbar utveckling av svenska världsarv och kulturmiljöer ur ett besöksnäringssperspektiv. Under projektet togs även "Handbok för hållbar turismutveckling i världsarv och kulturmiljöer" fram. Handboken bygger på Unescos metod och innehåller praktiska råd och steg för genomförandet.

I projektet Stärka Världsarv utgick arbetet från ett befintligt och etablerat besöksmål med en verksam organisation. Genom projektet kopplades kringliggande områden, aktörer och besöksmål samman med världsarvet på ett tydligare sätt.

VÅRT VAL AV METOD

Ett världsarv är ofta motorn i en regions besöksnäring. Det är i första hand för världsarvet besökare kommer till platsen. Det är runt det som andra besöksmål, service och infrastruktur byggs upp. Det finns ofta en etablerad organisation med en tydlig ansvarsfördelning runt ett världsarv.

Vi har haft en annan utgångspunkt. Inget av de kulturarv vi arbetar med kan enskilt ses som en motor i besöksnäringen. Samtliga är verksamma inom att bevara, utveckla och berätta om olika kulturarv. Ofta bygger deras verksamhet på ideellt arbete. Syftet med vårt första projekt var att koppla ihop och utveckla en rad kulturarvsaktörer. Tillsammans får de ett tyngre genomslag och fungerar som ett komplement till övriga områden inom kommunens besöksnäring. Vi bedömer att Unescos metod är en steg-för-steg-modell som fungerar som en påminnelse för att få med alla delar i en hållbar platsutveckling.

Under fortsättningsprojektet har vi valt att fortsätta med samma metod men med fokus på hållbar platsutveckling i, vad vi kallar, "det lilla". Med det begreppet menar vi att vi arbetar med platsutveckling i ett begränsat område på landsbygden. Vi har fått möjlighet att prova metoden ytterligare utifrån två perspektiv, dels att anpassa den till våra förutsättningar, dels att inrikta den mer mot plats- istället för destinationsutveckling.

DEFINITIONER

Unescos metod, men även Stärka Världsarvs metod och handbok, är helt eller delvis inriktade på destinationsutveckling eller utveckling av besöksnäringen. Vi bedömer att det i Sverige pågår en omsvängning från destinationsutveckling till platsutveckling. Båda begreppen har funnits länge, även om det nu sker en viss omdefinition. Båda perspektiven kan och bör samexistera.

ANPASSNING AV METODEN

Under det första projektet anpassade vi metoden efter våra förutsättningar och vi valde att prioritera vissa områden på grund av både projektets längd och pandemins påverkan. Vi redovisade både anpassningar och prioriteringar.

Under del två av projektet, som pågått under perioden maj 2022 till mars 2023, har vi inriktat oss på att anpassa och testa metoden för en mer renodlad platsutveckling med utgångspunkt i kulturarvet och att arbeta "I det lilla".

Under varje steg i metoden beskrivs vår definition. För ytterligare information om Unescos och "Stärka Världsarvs" definitioner hänvisar vi till vår första metodrapport.

METOD

DEN STRATEGISKA GRUNDEN

Den första delen av metoden är den strategiska grunden. De tre stegen måste vara på plats innan den andra delen, genomförandet, påbörjas. Vi vet, det är svårt! Vi vill kasta oss rakt in och arbeta direkt, men se till att jobba igenom de tre första stegen.

Vi har valt att ta bort det fjärde steget, "engagera", ur modellen. Vi menar att engagemanget är något som ska genomsyra hela arbetet och finnas med i alla möten med deltagare och intressenter. Det går inte att särskilja som ett eget steg. Vi har tagit alla möjligheter att berätta om vårt arbete, både lokalt och nationellt, för att väcka engagemang och intresse.

STEG 1 FÖRSTÅ PLATSEN

Vi har arbetat med att förstå platsen ur två perspektiv, dels hela kommunen och dels den begränsade platsen vi arbetat med. Under det första projektet arbetade vi mycket med att beskriva hela kommunen och besöksnäringen. Vi har kompletterat och uppdaterat den bilden under fortsättningsprojektet. Till skillnad från projektet "Stärka världsarv" har vi valt ordet "förstå" istället för "analysera". Vi menar att det i platsutveckling är viktigt att förstå platsen, lyssna till människorna som lever där samt vilka drivkrafterna, möjligheterna och hindren är. Inför arbetet på varje plats förberedde vi en beskrivning och i den tog vi med:

- **Geografi - landskap, lokalisering och avstånd.**
- **Näringsliv - vilka företag finns och inriktning?**
- **Besöksnäring - vilka besökare kommer och varför?**
- **Boende - antal och demografi.**
- **Kommunikationer - vilka kommunikationsmöjligheter finns?**

HUR HAR PLATSEN VUXIT FRAM?

Samhällsservice - finns skolor, äldreomsorg, livsmedelsbutik, kollektivtrafik och mötesplatser? Hur ser kommunens närvaro på platsen ut?

- **Föreningsliv - vilka föreningar finns på platsen?**
- **Övriga intressenter - finns det fler personer på platsen som kan vara intresserade av att delta i platsutvecklingen eller av resultatet?**
- **Avgränsningar - vad menar vi med plats?**

Platsbeskrivningen har stämts av i flera steg med deltagare på varje plats. Vi ville få fram en beskrivning som upplevs som så fullständig och rättvis som möjligt för alla intressenter. För att komplettera beskrivningen av varje plats har gruppdiskussioner inom platsbeskrivning, social hållbarhet och en SWOT-analys genomförts. Det här steget har inneburit mycket förarbete och justeringar/kompletteringar. Men det har också gett oss en startpunkt i arbetet med platsutvecklingen.

STEG 2 MÅL & STRATEGI

Vi valde begreppen mål & strategi, där vi ser det som "vad ska vi göra" och "hur ska vi göra det". Arbetet går ut på att identifiera möjligheter, utmaningar, roller och resurser. Nyckelorden är samverkan, delaktighet och respekt. Under det här steget arbetade vi med utvecklings- och organisationsidéer inom olika områden.

Utvecklingsidéerna togs fram inom områden som företagande, samarbete och nätverk, kommunalt ansvar, bevara och förmedla, kommunikation samt organisering. Varje idé bedömdes även utifrån tidsåtgång, enkelt/svårt att genomföra och hur prioriterad idén är. Vi kompletterade bilden vi fått genom arbetet med social hållbarhet och SWOT-analys genom att ställa frågor till hela gruppen runt "vad, hur & varför".

1. FÖRSTÅ PLATSEN



2. MÅL & STRATEGI

3. SAMVERKAN & STYRNING



METOD

DEN STRATEGISKA GRUNDEN

STEG 3 SAMVERKAN & STYRNING

Under steg 2 arbetade vi med vad vi ska göra och hur. Under steg 3 fortsatte vi med att lägga till "vem". Vi menar att metoden bygger på öppenhet, delaktighet, långsiktighet och att så många som möjligt ska komma till tals på varje plats. Men det innebär också att styrning behövs och att det måste finnas en ansvarsfördelning för att fatta snabba beslut. På de platser vi arbetat med har de olika aktörerna gått samman i gemensamma råd för att arbeta med frågorna, uppföljning och arbetsfördelning. Vissa idéer har anammats av en eller mindre grupper av deltagare.

DEN STRATEGISKA GRUNDEN

– SAMMANFATTNING

De tre första stegen ger grunden för att påbörja den hållbara platsutvecklingen. Genom arbetet har en gemensam bild av platsen tagits fram, utvecklingsidéer har prioriterats och en gemensam organisation har formats. De gemensamma målen är på plats.

Modell KULTURARV VÄSTERVIK



METOD

GENOMFÖRANDET

Genomförandedelen, steg 4-9 i metoden, styrs huvudsakligen av deltagarnas prioriteringar och gemensamma mål. Den är alltså mer flexibel än den strategiska grunden. Det är möjligt att hoppa över vissa steg eller kasta om ordningen för att anpassa den här delen av metoden efter platsens egna förutsättningar.

STEG 4 KOMMUNIKATION

Under steg 4 handlar det om vilken bild vi vill visa av platsen och vad som är utmärkande. Använd den gemensamma beskrivningen som tagits fram under steg 1-3 och de målprioriteringar som gjorts. Bilden kan innehålla fysiska besöksmål men också till exempel sätt att leva och verka som är speciella, den geografiska placeringen, näringar eller traditioner. Kommunikationen ska utformas efter vilken målgrupp platsen väljer att rikta sig till. Det kan vara till exempel besökare, nya eller gamla boende, turismorganisationer, olika åldersgrupper eller näringsliv. Kommunikation är alltid tvåvägs, dvs det är både den bild vi vill förmedla men det är också att vara öppen för synpunkter och nya idéer. Under steg 4 är det viktigt att gemensamt bestämma målgrupper, vilken prioritet de har, om det är helt nya

eller om det är redan befintliga grupper. Användbara verktyg är t ex "Prioritering av målgrupper" och "Årshjul" för att avgöra variationer under året.

STEG 5 INFRASTRUKTUR

Under steg 5 genomförs en kartläggning av både fysisk och digital infrastruktur. En översikt av infrastrukturen och de behov som finns är ofta långsiktig och innehåller behov som kan ta tid att uppfylla. Arbetet med platsutveckling kan hjälpa till att uppmärksamma vilka behov som finns inför kommande offentliga planer. Frågor som behöver besvaras är:

- Vilka kommunikationsmöjligheter finns det till och från platsen?
- Hur reser besökare och boende idag?
- Finns det parkeringar och laddstolpar?
- Finns det gästhamnar, campingplatser och ställplatser?
- Är platsen och besöksmål tydligt skyltade?
- Finns tillgång till VA på alla besöksmål?
- Är cykelleder, vandringsleder och vindskydd underhållna?

Hur fungerar den digitala infrastrukturen? Mobiltäckning (det är inte självklart på landsbygden!), WiFi, fiber och tillgången för boende och besökare?

Hur kan hållbara alternativ lyftas fram och kombineras?

STEG 6 UTVECKLA UTBUDET

Unesco och projektet "Stärka världsarv" valde begreppen "Value" respektive "Skapa mervärde". Vi menar att inte något av begreppen räcker till, utan har valt "utveckla utbudet". Det handlar om att utveckla befintliga aktiviteter och aktörer så att de även på lång sikt attraherar boende och besökare med hållbara alternativ. Men också att hitta helt nya aktörer eller nya samarbeten mellan befintliga aktörer samt utveckla nya aktiviteter. De två spåren bildar tillsammans ett bredare utbud. Som grund för utvecklingen används de idéer som tagits fram och prioriterats under det strategiska arbetet. Steget hänger tydligt ihop med en förståelse för besöksnäringen och vad boende och besökare vill uppleva. Samt den bild aktörerna på platsen vill förmedla.

METOD

GENOMFÖRANDET

STEG 7 BETEENDE

Steg 7 handlar om att förstå vad som styr besöksflöden, vilka besökare som kommer och varför. Men det handlar också om att förstå boendes och lokala aktörers förmåga och vilja att ta emot besökare. På de platser vi arbetar med finns idag inte några större besöksflöden, men det innebär också att det inte finns förberedd kapacitet för att hantera det. Det är viktigt att diskutera vad en ökad attraktivitet kan innebära långsiktigt. Viktiga frågor är:

- **Kan vi förutse större besöksflöden och kan vi hantera dem?**
- **Kan och vill vi styra besöksflöden?**
- **Finns det risker för så stora flöden att platsen inte kan erbjuda en bra upplevelse för besökare/boende och att slitaget på besöksmål ökar?**

För att arbeta med frågorna används underlagen från det strategiska arbetet. Vi tror att det är till stor hjälp att aktörer på platsen arbetar med gemensamma årshjul för att kunna sprida ut aktiviteter och besöksflöden över året.

STEG 8 RESURSER

En stor fråga är naturligtvis hur alla idéer och mål ska kunna genomföras. Vilka resurser, som människor, lokaler, utrustning och pengar, behövs? Under steg 8 behöver en inventering och kalkyl göras för att bedöma om rätt och tillräckliga resurser finns på platsen. En långsiktig finansiering är beroende av vilka gemensamma mål som valts ut. Vi har hjälpt till med kontakter

till möjliga bidragsgivare och har även kunnat bistå med hjälp för ansökningar av medel. Sammanställ gärna en lista med lokala, regionala och nationella möjligheter att söka ytterligare medel för lokal utveckling.

STEG 9 UPPFÖLJNING

På varje plats behövs en organisation för att följa upp arbetet, sätta upp nya mål, söka medel och engagera fler. Organisationen behöver också ha mandat att fatta beslut i arbetet. Vårt arbete med hållbar platsutveckling har ett slutdatum och ansvaret måste överlämnas till en lokal organisation som kan arbeta vidare. Vår uppgift är att engagera, få arbetssätt, mål och organisation att formas och startas. För att underlätta det långsiktiga arbetet har vi använt oss av SMART-modellen. Den tydliggör det vi nämmt tidigare: vad, hur, vem? Gör!

I SMART-modellen är det fem frågor som ska besvaras:

- **Specifik - vad ska göras?**
- **Mätbar - hur kan resultatet mätas?**
- **Accepterad - vem ska göra vad och har personen accepterat?**
- **Realistisk - räcker resurserna?**
- **Tid - när ska det genomföras och vara klart?**

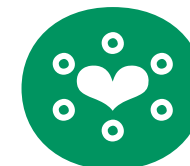
SMART-modellen förenklar uppföljningen av arbetet och ger lärdomar till nästa gång.



4. KOMMUNIKATION



5. INFRASTRUKTUR



6. UTVECKLA UTBUDET



7. BETEENDE



8. RESURSER



9. UPPFÖLJNING

VERKTYG

I "Handbok för hållbar turismutveckling i världsarv och kulturmiljöer" från "Stärka Världsarv" presenteras varje steg i metoden och vilka verktyg som kan användas under genomförandet.

Vår bedömning är att man måste anpassa verktygen till lokala förhållanden. Vi har arbetat med utgångspunkt i kulturarven som till största delen är ideella aktörer med begränsade resurser. Många av intressenterna och aktörerna i civilsamhället är även de ideella och många inom näringslivet är småföretagare. Det innebär att även om intresset för hållbar platsutveckling är stort har flera av aktörerna begränsat med tid och resurser. Vi har därför tagit ställning till vilka uppgifter som är kritiskt avgörande för genomförandet av platsutveckling i det lilla, vilka uppgifter som helt eller delvis kan slutföras av projektmedarbetare och delas som arbetsunderlag samt vilka uppgifter som kan strykas eller slås ihop.

BESKRIVNING AV PLATSEN

Syfte: Ska skapa en gemensam beskrivning av platsen som alla deltagare tycker är rättvis och tillräckligt täckande. Beskrivningen av varje plats tas fram av projektmedarbetare och stäms av i flera steg med projektdeltagare. Här inkluderas punkter som:

- **Geografi** - landskap, lokalisering och avstånd.
- **Näringsliv** - vilka företag finns och inriktning?
- **Besöksnäring** - vilka besökare kommer och varför?
- **Boende** - antal och demografi.

- **Kommunikationer** - vilka kommunikationsmöjligheter finns?
- **Historia** - hur har platsen vuxit fram?
- **Samhällsservice** - finns skolor, äldreomsorg, livsmedelsbutik, kollektivtrafik, mötesplatser, hur ser säkerheten ut? Kommunens närvaro på platsen.
- **Föreningsliv** - vilka föreningar finns på platsen?
- **Övriga intressenter** - finns det fler personer på platsen som kan vara intresserade av att delta i platsutvecklingen eller av resultatet?
- **Avgränsningar** - vad menar vi med plats?

SWOT

Syfte: Att stärka och komplettera den gemensamma bilden av platsen. Väcka diskussion om idéer, vad som kan göras på platsen och de gemensamma målen.

I SWOT-analysen reflekterar deltagarna över följande:

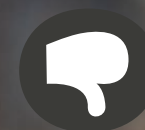
- **Styrkor** - vilka styrkor finns på platsen? Vad gör platsen speciell?
- **Svagheter** - vad saknas eller kan göras bättre för att göra platsen mer attraktiv?
- **Möjligheter** - vad skulle gå att göra ännu bättre? Vad kan vidareutvecklas?
- **Hot** - vad skulle göra platsen sämre att leva och verka på? Vad skulle stoppa eller hindra platsutveckling?

SWOT Analys



STYRKOR

Vilka styrkor finns på platsen? Vad gör platsen speciell?



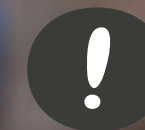
SVAGHETER

Vad saknas eller kan göras bättre för att göra platsen mer attraktiv?



MÖJLIGHETER

Vad skulle gå att göra ännu bättre? Vad kan vidareutvecklas?



HOT

Vad skulle göra platsen sämre? Vad skulle stoppa eller hindra platsutveckling?

VERKTYG

SOCIAL HÅLLBARHET

Syfte: Att stärka och komplettera den gemensamma bilden på platsen. Väcker diskussionen om idéer, beteenden, vad som kan göras på platsen och de gemensamma målen.

Innehåll: Genomförs som gruppdiskussion. En rad frågor som rör den sociala hållbarheten på platsen. Besvaras med Ja, Nej, Delvis eller Kan ej besvaras. Varje fråga prioriteras om gruppen tycker att den är viktig att arbeta vidare med. Möjlighet att göra noteringar eller ge förklaringar.

VAD, HUR OCH VARFÖR?

Syfte: Att stärka och komplettera den gemensamma bilden av platsen. Väcker diskussioner om mjuka, mer svårfångade, värden och beteenden.

Innehåll: Tre frågeområden som tas upp i en gemensam gruppdiskussion.

• **Vad är väldigt mycket “platsens namn”? Vad gör vi som är “platsens namn”? Om platsen är en person, hur skulle du beskriva?**

• **Hur får vi det att hända?**

• **Beskriv “platsens namn” för någon som aldrig varit här. Varför ska besökare komma hit? Vad får de inte missa? Vad är speciellt?**

Social HÅLLBARHET

FRÅGA	JA	NEJ	DELVIS	KAN EJ BESVARAS	PRIO	NOTERING
Finns det samarbete mellan föreningar?						
Finns det samarbete mellan företag?						
Finns det samarbete med kommunen?						
Finns det samarbete föreningar- företag-kommun?						
Välkomnas nyinflyttade?						
Finns skyddsnät för ensamlevande?						
Är besöksmål och kulturarv tillgängligt för alla?						
Fungerar integrationen?						
Finns informationsvägar för att nå alla?						
Finns aktiviteter för barn och ungdomar?						
Finns aktiviteter för vuxna?						
Finns en övergripande förståelse för kulturarvet?						
Finns det en neutral mötesplats?						
Finns det en gemenskap på platsen?						
Finns kunskap om besökarnas uppskattning och upplevelser?						
Finns en plan för trygghet och säkerhet?						
Respekteras besökare av boende?						
Respekteras boende av besökare?						
Uppskattas platsens värden?						
Engageras fler att arbeta ideellt?						

VERKTYG

ÅRSHJUL

Syfte: Att ge aktörerna på platsen en översiktsbild av hur aktiviteter och flöden ser ut över året. Ett sätt att se till att konkurrerande aktiviteter inte krockar eller att kompletterande aktiviteter läggs ihop eller skapas. Används för att styra besöksflöden och öka platsens attraktivitet.

Innehåll: Exemplet har en månadsindelning, men det är möjligt att under platsens högsäsong göra en mer detaljerad planering på till exempel veckonivå.

PRIORITERING AV MÅLGRUPPER

Syfte: Att få deltagarna att fundera över vilka besökare som kommer till platsen och varför. Vänder sig det befintliga utbudet till de som faktiskt kommer hit och är alla besökare "bra" besökare?

Innehåll: En enkel lista med olika grupper av besökare och varför de är viktiga för platsen.

SMART-MODELLEN

Syfte: Den tydliggör VAD som ska göras, av VEM och HUR och blir startskottet för GÖR! Ger en bra grund för uppföljning och lärdomar inför kommande arbete.

Innehåll: I SMART-modellen är det fem frågor som ska besvaras:

- **Specifik - vad ska göras?**
- **Mätbar - hur kan resultatet mätas?**
- **Accepterad - vem ska göra vad och har personen accepterat?**
- **Realistisk - räcker resurserna?**
- **Tid - när ska det genomföras och vara klart?**

Årshjul



Prioritering MÅLGRUPPER

MÅLGRUPP	BENÄMNING	DE ÄR VÄRDEFULLA FÖR ATT...
1		
2		
3		

PLATSER

INLEDNING

I det här avsnittet ges en närmare beskrivning av de områden där Kulturarv Västervik arbetat med "Platsutveckling i det lilla".

Platserna Lofta, Dalhem och Almvik/Törnsfall, är geografiskt spridda över kommunens norra delar och hör till vad som i dagligt tal kan beskrivas som mindre landsbygdsorter.

Enligt Statistiska Centralbyrån (SCB), klassificeras alla tre som småorter och/eller kyrkbyar. Detta innebär rent statistiskt att det på platsen finns max 199 folkbokförda invånare. Projektets tre orter har gott om kulturhistoriska sevärdheter som fornlämningar, arbetslivsmuseum och hembygdsgårdar. Dessutom är de rika på föreningar och har ett brinnande engagemang för kulturarvets förmedling och bevarande.



GAMLEBY



VÄSTERVIK

PLATSER

DALHEM SOCKEN

Drygt fyra mil (ca 45 minuter) nordväst om Västervik ligger Dalhem, som tillsammans med de tre omkringliggande orterna Tyllinge, Karlshult och Fagerdal, bildar Dalhem socken.

Området som hyser ca 500 folkbokförda invånare, saknar samhällsservice som skola, matbutik och kollektivtrafik. Närmaste service hittar dalhemsborna hos de närliggande orterna Överum, Gamleby och Åtvidaberg. Trots Dalhems nätta invånarantal finns flera engagerade aktörer så som hembygdsförening, intresseförening, LRF, idrottsförening, församlingsråd och småföretagare. Församlingshemmet intill Dalhems kyrka och Medborgarhuset ett par kilometer söder om Tyllinge, utnyttjas flitigt av de lokala aktörerna och fungerar som centrala samlingsplatser för socknens invånare.

Området har en karaktäristisk natur med rik flora och fauna som omfattar både naturreservat och biotopskyddsområde. I det vackra landskapet som sträcker sig över en yta på 13.800 hektar, finns vandringsleder och kulturhistoriska intressen som gravrösen, gravfält och en fornborg från järnåldern. Till de något modernare kulturhistoriska lämningarna hör torp och gårdar, som exempelvis Tyllinge säteri där delar av huvudbyggnaden har anor från 1630-talet.

Tack vare sin artrikedom är socknen ett populärt resmål bland frilufsnare och ett näste för fågelentusiaster på spaning efter örn, berguv och andra exklusiva flygfän. Det är inte bara fågellivet som drar besökare till trakten. I Sjöända strax söder om Dalhem, finns klippväggar som räknas till några av Nordens främsta klätterleder och lockar klättrare från världens alla hörn.

Dalhem

GAMLEBY

VÄSTERVIK



PLATSER

LOFTA

Norr om Västervik ligger den gamla jordbruksorten Lofta med grannbyn Björnsholm.

Här finns gott om vacker natur med cykel- och vandringsleder för den aktiva friluftsentusiasten. Även den historieintresserade har mycket att se i trakten vars område har bebotts av människor sedan stenåldern. Det är rikt på fornlämningar såsom hällristningar och borglämningar från brons- och järnålder.

Idag bor det i Lofta med omnejd ca 450 personer permanent. Under sommarhalvåret tredubblas invånarantalet i bygden av säsongboenden. Platsen saknar samhällsservice som matbutik och skola och ligger 13 km från Gamleby, som är närmaste större samhälle. Mellan Gamleby och Björnsholm, som ligger längs med E22:an går flertalet bussar, medan förbindelsen till Lofta är betydligt mer begränsad.

Aktörerna i området beskriver platsen som en entreprenöriell företagsbygd, och menar

att den allt mer bubblande kulturen på platsen blivit en stor del av bygdens identitet. Här finns förutom konstutställningar och konserter hos Lofta Caffé också andra enskilda företagare och hantverkare som har kulturen och den kulturella upplevelsen i fokus. Till exempel Åkerholm Säteri som under delar av året erbjuder guidade turer i en unik 1700-talsmiljö.

Förutom aktiva företagare har bygden ett antal föreningar som hembygdsförening, församlingsråd, LRF och idrottsförening. Hembygdsföreningen arrangerar under somrarna flertalet aktiviteter och våffelstuga i den charmiga hembygdsgården. Ett populärt utflyktsmål för bland andra motorcyklister och resenärer på genomresa. Här passerar många semesterfirare på väg mellan Linköping och den populära sommarorten Loftahammar, något som enligt aktörerna i trakten märks tydligt under sommarmånaderna.



GAMLEBY

VÄSTERVIK



PLATSER

ALMVIK / TÖRNSFALL

Bredvid Gamlebyviken ca 1,5 mil nordväst om Västervik ligger Törnsfall socken. Här hittar vi kyrkbyn Törnsfall och småorten Almvik. Platsen som ligger i nära anslutning till E22:an med pendlingsavstånd och bussförbindelse till både Västervik och Gamleby, saknar samhällsservice och naturliga mötesplatser som matbutik, skola och föreningslokal.

Området har ett antal aktiva föreningar och företag som hembygdsförening, skytteförening, tegelbruksförening och lantbrukare.

Delar av traktens marker är utsedda till Sveriges bäst bevarade godsindustriella miljö och ägs av Blekhems Egendom AB,

ett landsbygdsföretag med anor från 1300-talet. Dit hör bland andra Almviks tegelbruk, en betydelsefull del av det nationella industriella kulturhistoriska arvet. Den unika miljön i anslutning till Almviks tegelbruk är föremål för riksintresse då den bevarats så som den såg ut när produktionen upphörde 1971. Idag drivs tegelbruket som ett museum av föreningen Tegelbrukets vänner.

En annan kulturhistorisk pärla i området är Törnsfalls kyrka vars kyrktorn har anor från medeltiden och är en av de äldsta kyrkorna i länet som fortfarande är i bruk.

Förutom välbevarade godsmiljöer är området runt Almvik och Törnsfall rikt på fornlämningar och vackra vandringsleder.



GAMLEBY

VÄSTERVIK

GENOMFÖRANDE

METODANPASSNING

LAGA EFTER LÄGE

Hållbar platsutveckling är ett brett begrepp som går att applicera på många plan. Vi insåg tidigt att vi inom projekttiden omöjligt kunde täcka in alla delar i vårt arbete och valde därför att fokusera på den sociala hållbarheten hos platserna. Ett val vi gjorde eftersom vi under tidigare arbete med nätverket Kulturarv Västervik och i mötet med berörda aktörer kunde se att frågan var högst relevant och viktig för lokalborna.

I enlighet med metodens guider har vi genomfört ett antal workshops på de utvalda platserna. Eftersom majoriteten av de deltagande aktörerna är verksamheter som drivs av ideella krafter, har vi anpassat upplägget efter deras förutsättningar. På varje plats har vi under ett inledande möte och 4-5 kvällar genomfört workshops à 2-3 timmar. Under projektet har vi även anpassat metodens frågor och steg för att rikta fokus på social hållbarhet och hitta sätt att jobba effektivt med "platsutveckling i det lilla".

INTRESSENTER VILKA, VAR & VARFÖR?

Arbetet med hållbar platsutveckling har som bekant skett på tre olika platser. Lof- ta, Almvik/Törnsfall och Dalhem. Platser vi valt att arbeta med eftersom de är rika på kulturarv, föreningsliv och naturresurser men i varierande grad saknar samhälls- service, samlingsplatser och kommunikation- er. Liknande problematik men varierande resurser var grunden till att valet föll på just dessa platser. Vi ville se hur resultatet och arbetet varierade mellan små bygder med liknande tendenser men skilda förut- sättningar. I syfte att få en bredd och nyans i arbetet med platsutveckling på mindre landsbygdsorter.

Att arbeta med hållbar platsutveckling handlar till stor del om att förankra arbete och samarbete hos lokala aktörer och boende. Projektets intressenter har därför i första hand varit aktiva kulturarvsaktörer och andra lokala verksamheter såsom för- eningar, intresserade ortsbor och småföreta- gare. I och med detta har vi fått med oss en grupp intressenter som tillhör både drivande verksamheter och lokalbefolkning.

För att undvika kravlistor mot kommun och tjänstepersoner och istället främja egna målsättningar och processer valde vi att i ett första skede hålla en armlängds avstånd mellan aktörer och kommunala tjänstepersoner.

Här har vi haft nytta av att vi som fristående representanter från den icke kommunala stiftelsen Västerviks Museum, har kunnat agera som en någorlunda neutral part. Som projektägare har vi istället valt att ta in kommunala parter i en referens- grupp som följt med under hela proces- sen.

I referensgruppen har det kommunala destinationsbolaget, landsbygdsutveckla- re och kulturenhet funnits representerade. Vi bjöd in kommunala tjänstepersoner först till workshop 3 på varje plats, men under projektets gång har vi tillsammans med denna grupp löpande löst och gått vidare med frågor som uppkommit under workshops på de tre platserna. Vi har även plockat in andra kommunala represen- tanter på områden där viktiga frågor dykt upp.

GENOMFÖRANDE

INLEDANDE MÖTE

Deltagande inom projekt ska i regel förankras och beslutas hos aktörernas styrelser. Därför insåg vi snabbt att vi behövde vara företagsamma och helt enkelt bjuda in oss själva till styrelsemöten hos våra tilltänkta projektdeltagare.

Som resultat flängde vi under sensommaren 2022 land och rike runt. Eller om man ska vara petig, kommun och landsbygd runt, med kanelbulle-fika och projektpresentationer. Genom att vara på plats under styrelsemöten och själva beskriva vårt arbete och syfte, fick vi chansen att förmedla och förankra vårt budskap direkt till styrelsemedlemmarna. Ett effektivt sätt att väcka engagemang, få med nyckelpersoner på tåget och få ett snabbt beslut om deltagande.



GENOMFÖRANDE

WORKSHOP 1

Under första kvällen med deltagarna presenterade vi oss själva och projektet. Vi berättade om betydelsen och syftet med hållbar platsutveckling. Vad begreppet innebär i praktiken och varför vi valt att arbeta på just deras plats.

Inför första workshopen sammanställde vi en platsanalys över respektive plats. Analysen skickades ut digitalt till förnämlda deltagare och fanns även att läsa på plats. Under kvällen fick deltagarna chansen att tillsammans diskutera analysen och komma med tillägg och synpunkter.

• Som komplement till platsanalysen genomfördes en SWOT-analys där deltagarna i grupper fick diskutera platsens styrkor och svagheter.

• Kvällen avrundades med en beskrivning av agendan inför nästa möte och en komplettering av inbjudningslista utifrån de aktörer som deltagarna saknade på plats.

• Efter mötet skickades en sammanställning av analysen och en sammanfattning av kvällen ut till deltagarna, tillsammans med uppdaterad platsanalys och inbjudan till workshop 2.

Workshop 1 I KORTHET

- Presentation av projekt och projektansvariga.
- Kvällens agenda.
- Bakgrund & kort beskrivning av Kulturarv Västervik.
- Därför vill vi jobba på er plats.
- Diskussion kring platsanalys.
- Inbjudna aktörer, saknas någon?
- Platsutveckling, ett komplement till destinationsutvecklingen.
- Hållbar Platsutveckling, vad, hur och varför?
- Vad är social hållbarhet?
- Metod.
- Praktiskt genomförande.
- SWOT-analys med gruppdiskussion kring följande frågor:
 - Styrkor: Vad har platsen som är speciellt/unikt/bäst?
 - Svagheter : Vad är vi inte så bra på eller vad saknas?
 - Möjligheter: Vad finns som vi skulle kunna bygga vidare på?
 - Hot - Vad skulle kunna stoppa utvecklingen?
 - Vad händer nu? Någon mer som ska bjudas in?
- Agenda för nästa möte.

RESULTAT

WORKSHOP 1 : SWOT

LOFTA

STYRKOR

- Bra geografiskt läge, nära till mycket.
- Populär resväg för turister på väg till och från Loftahammar.
- Inflyttningsort.
- Många sommarboende.
- Stark entreprenörsanda.
- Rik kultur, utställningar, spelningar, hembygdsförening och konsthantverk.
- Vacker natur och vandrings- och cykelleder.
- Rikt på fornlämningar och andra kulturarv.

SVAGHETER

- Svårigheter att engagera nya i föreningar.
- Samma personer är drivande i flera verksamheter.
- Avsaknad av samhällsservice som matbutik och aktiviteter för barn och unga.
- Svårigheter att få med nyinflyttade i gemenskapen.
- Bristande kommunikation mellan aktörer.

DALHEM

STYRKOR

- Flera aktiva föreningar.
- Relativt högt antal egenföretagare.
- Geografiskt läge med pendlingsavstånd till bla Överum och Gamleby.
- Unik natur med rik flora och fauna.
- Jaktmarker, fiskeområden.
- Populärt område för fågelskådning.
- Kända, populära klippväggar för klättring.
- Många sommargäster.

SVAGHETER/HOT

- Saknar samhällsservice som livsmedelsbutik, kollektivtrafik, skola och idrottsmöjligheter.
- Brist på kommunikation mellan socknens orter.
- Stora avstånd mellan socknens platser.
- Brist på lägenheter och äldreboende.
- Inga laddstolpar.
- Åldrande befolkning.
- Svårt att engagera nya medlemmar hos föreningarna.
- Svårt att fånga upp nyinflyttade.
- Brist på arbetstillfällen.
- Gamla detaljplaner sätter käppar i hjulen.
- Många bostadshus används som sommarhus och står tomma stora delar av året.

MÖJLIGHETER

- Förbättra samverkan mellan socknens aktörer.
- Dra nytta av Kulturarv Västervik och det nätverket som erbjuds.

ALMVIK/TÖRNSFALL

STYRKOR

- Bra geografiskt läge, närhet till Gamleby och Västervik (kan även ses som negativt, se nästa avsnitt).
- Bra bussförbindelser mellan Västervik och Almvik.
- Vandringleder och vacker natur.
- Två aktiva kulturarvsaktörer - hembygdsförening och unikt tegelbruksmuseum.
- Förskola i Almvik.

SVAGHETER

- Svag rekrytering av nya aktiva medlemmar i föreningarna.
- Närheten till Västervik och Gamleby gör att förutsättningarna för levande företag och föreningar försämras eftersom människor pendlar in till de större orterna och gör sina ärenden där. Almvik/Törnsfall blir därför pendlingsorter/sovstäder.
- Saknas gemensam identitet.
- Nyinflyttade har svårt att komma in i gemenskapen.
- Naturliga mötesplatser saknas.
- Neutral samlingsplats för båda platserna saknas.

MÖJLIGHETER

- Utökat samarbete mellan aktörer.
- Hitta neutral samlingsplats och skapa naturliga mötesplatser som främjar gemenskap.

Gemensamma

UTMANINGAR

- Rekrytering av nya medlemmar
- Integrering av nyinflyttade
- Brist på naturliga mötesplatser

UPPFÖLJNING

WORKSHOP 1

Workshop 1 UPPFÖLJNING

* Möte med kommunikatör på Sveriges Hembygdsförbund. Om utmaningar, möjligheter och att nå ut till en yngre målgrupp.

• Efterforskning och diskussion kring potentiella verktyg för rekrytering och kunskapsförmedling. Slutsatser kring Insatser i första skede:

- Bemötande: från "vi vill" till "vad vill du?"
- Ta till vara på människors intressen.
- Punktinsats istället för bindande engagemang.
- Uppmuntra egna initiativ.
- Bjud in och knyt kontakt.

VAD HÄNDE EFTER MÖTET?

Efter att första workshopen genomförts kunde vi se vissa gemensamma nämnare hos bygderna. Samtliga platser upplevde svårigheter med rekrytering till föreningar och integrering av nyinflyttade. Det är något som väcker oro kring föreningarnas överlevnad, bygdens utveckling samt förvaltande av viktig immateriell lokalhistoria och kunskap. Man ser även att brist på neutrala och naturliga mötesplatser är en bidragande orsak till problematiken.

Inför nästa möte tittade vi på andra projekt, rapporter och goda exempel rörande rekrytering och kunskapsförvaltning. Detta för att se hur vi som projektägare kan hjälpa platserna att hitta strategier för att engagera nya personer i sin verksamhet och väcka intresse för lokalhistorien. Som ett första steg kunde vi se att man som förening behöver ändra strategi i sitt bemötande av nya potentiella eldsjälar. Det finns en tendens att direkt be folk gå med i styrelser eller på annat sätt binda upp sig mot verksamheten. Att säga "vi vill ha detta" istället för "vad vill/kan du bidra med?" Något som får många att direkt backa undan.

Att ta till vara på människors intressen och uppmuntra punktinsatser har på andra platser visat sig vara mera framgångsrikt för att locka till sig nya personer. Ett annat sätt att skapa gemenskap och knyta kontakter är att anordna evenemang för lokalbefolkningen, så som glöggmingel, pubkvällar eller pysselverkstad. Insikter vi förmedlade till deltagarna under nästa möte.

GENOMFÖRANDE

WORKSHOP 2

Jag ♥
KULTURARV
WWW.KULTURARVVASTERVIK.SE

Workshop 2 I KORTHET

- Presentation av projekt & projektansvariga.
- Sammanfattning av möte 1.
- Kort om bakgrund & platsutveckling.
- SWOT-analys - Så har ni svarat.
- Diskussion - svara på frågorna:
 - Varför älskar du platsen?
 - Vad är platsens identitet?
 - Hur bidrar ni på platsen till bygdens identitet?
 - Beskriv platsen för någon som aldrig varit där.
- Vad är social hållbarhet?
- Social hållbarhet - frågeformulär
- Idéer - Vad kan vi göra - formulär
- Vad händer nu? Vem gör vad?
- Agenda för nästa möte

Workshop 2 inleddes med en kort presentation av projektet, och en sammanfattning av föregående möte. Vi presenterade också en sammanfattning av den SWOT-analys som genomfördes under första mötet.

Nästa moment bestod av segmentet vi valt att kalla: vad, hur och varför? Där fick deltagarna i grupp beskriva vad som är speciellt med platsen, vad som utgör platsens identitet och hur invånaren bidrar till detta.

För att få grepp om platsernas sociala hållbarhet fick deltagarna ca 20 minuter på sig att fylla i ett frågeformulär på ämnet. Ett sätt för både oss och

dem att få överblick över platsernas nuläges-situation och förbättringsområden. Utifrån tidigare punkter fick deltagarna spåna idéer i mindre grupper. Vad och hur kan man göra för att utveckla bygden? För att göra svaren lättöverskådliga delades förslagen in i de förvalda kategorierna: företagande, föreningar, samarbete/nätverk, bevara, förmedla, utveckla/nyheter, kommunikation, organisering samt annat.

Avslutningsvis beskrev vi agendan inför nästa möte. Efter mötet skickades en sammanställning av frågeformulären och en sammanfattning av kvällen ut till deltagarna, tillsammans med inbjudan till workshop 3.

RESULTAT



WORKSHOP 2 : LOFTA

IDÉER

- Satsa på riktade aktiviteter mot olika målgrupper och skapa möjligheter för enkla, kravlösa sammankomster. Exempelvis temavandringar på Loftaleden och glöggmingel.
- Starta upp en gemensam kalender där föreningar/företag kan se varandras planering, som ett sätt att skapa förutsättningar för utökat samarbete vad gäller öppettider osv. Skapa en gemensam hub för föreningar att samarbeta utifrån.
- Under rubriken Bevarande & Förmedling, kom förslag/idéer på hur historien

kan göras mera lättillgänglig. Här nämns digitalisering av samlingar/hembygdsföreningens arkiv, historisk efterforskning av hus/personer/ på platsen för informationsbevarande och guidningar längs med Loftaleden.

- En gemensam laddstolpe, så att besökare har möjlighet att upptäcka Lofta medan bilen laddar batterierna.
- Eftersom många cyklister passerar Lofta föreslås en cykelmack. Genom Lofta går två större cykelleder: Cykelspåret som är en 250 mil lång led efter Sveriges kuster samt Kustleden mellan Västervik och Stockholm.

Social **HÅLLBARHET**

Här pekades följande frågor ut som extra viktiga:

- Finns informationsvägar för att nå alla?
 - Välkomnas nyinflyttade?
- Finns skydds nät för ensamlevande?
- Hur engageras fler att arbeta ideellt?

VAD, HUR & VARFÖR?

VAD TYCKER NI ÄR MYCKET LOFTA ?

Deltagarna beskriver Lofta som en öppen plats med utrymme för kreativitet, där det finns gott om kultur, musik och hantverk. En driftig bygd med blandade invånare och hänsynsfullt klimat, där man värnar om varandra och visar ömsesidig respekt. I trakten känner man till de allra flesta men man kan inte påstå att man känner dem särskilt väl. Var och en sköter sig själv, men samtidigt vet man att folk ställer upp för varandra om det skulle krisa. Det finns en "tyst" gemenskap.

De på plats som inte är uppvuxna i trakten nämner att en av anledningarna till att man valt att bosätta sig i Lofta är platsens geografiska läge, att det finns gott om plats och goda förutsättningar för den som vill driva egen verksamhet. Hemvändarna i gruppen uppger släkthistoria och familjegårdar som anledningar till att man återvänt till hembygden.

HUR BIDRAR NI TILL PLATSENS IDENTITET?

På platsen finns en glesbygdsanda, man förlitar sig inte på att andra ska ta tag i saker åt en, i stället kavlar man upp ärmarna och får saker att hända på egen hand. Här finns företagare, föreningar och andra engagerade som skapar en kontinuitet genom att anordna samma evenemang årligen vilket skapar en känsla av tradition.

BESKRIV LOFTA FÖR NÅGON SOM ALDRIG VARIT HÄR FÖRUT?

En genuin, öppensinnad och kreativ plats med driv, vacker natur, mycket historia och gott om plats. En gammal bygd med många fornlämningar och byggnader som får oss att känna samhörighet med traktens historia.

RESULTAT

WORKSHOP 2 : ALMVIK / TÖRNSFALL



IDÉER

- Användning/hyra av Almvik skola för att få till en gemensam neutral samlingslokal.

Vi följde upp detta och Tjustfastigheter som äger fastigheterna säger sig vara försiktigt positiva till förslaget. Starkare genomslag om föreningar går ihop och författar en gemensam skrivelse till kommunen. Något som deltagarna verkade positiva till att ta tag i.

- Gemensamt anordna kurser i hantverk, svamplockning och dylikt.
- Levandegöra bygdens historia med guidningar sätta upp informationsskyltar etc.
- Pilgrimsvandring. För några år sedan fanns samarbete mellan kyrkan och Naturskyddsföreningen, som gemensamt genomförde

pilgrimsvandring. Evenemanget var mycket populärt och lockade mellan 30-40 personer. Detta pågick under 3-4 års tid. Sedan kom Covid, prästen flyttade och saken lades på is. En aktivitet som man kan dra i gång igen.

- Pubkvällar och utställningar i samlingslokal.
- Utveckling av vindkraft och solenergi.
- Levandegöra bygdens historia för att locka och engagera. Som exempel nämner man möjligheten att blåsa liv i det förgångna och skapa aktiviteter kring fornlämningar och torpinventering. Man funderar även kring möjligheten att ta in keramik hos Tegelbruksmuseet, något som bruket gjort tidigare och som var väldigt populärt.
- Informationsskyltar kring kyrkbyn och dess historia.

Social

HÅLLBARHET

Här pekades följande frågor ut som extra viktiga:

- Hur engageras fler att arbeta ideellt?
- Finns samarbete mellan föreningar ?
- Finns samarbete med kommun?
- Finns aktiviteter för barn och unga?

VAD, HUR & VARFÖR?

VAD TYCKER NI ÄR MYCKET ALMVIK/TÖRNSFALL ?

Deltagarna beskriver Almvik/ Törnsfall som en jordad, grundad, historisk plats med varierande och vacker natur, som dessutom sitter inne på flera unika sevärdheter. Här finns Tegelbruksmuseum, en medeltida kyrka, kyrkby och gott om fornlämningar.

Platsen har ett attraktivt geografiskt läge med bra pendelavstånd och närhet till samhällsservice. Ett generationsskifte pågår och då och då kommer nyinflyttade.

HUR BIDRAR NI TILL PLATSENS IDENTITET?

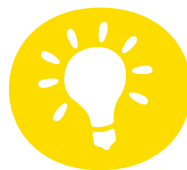
Etablerade invånare som bött länge och/ eller växt upp i området upplever att det finns en god gemenskap mellan grannar och att man ser efter varandra, men påpe-

kar att det är svårt att få med nyinflyttade i samvaron. En bidragande orsak till det här fenomenet uppges vara bristen på naturliga mötesplatser.

Tidigare var skolan och gymnastikhallen knutpunkter tillsammans med idrottsplatsen och bingopromenaden. Det anordnades även aktiviteter som logdans (gymnastikföreningen), och Pub Luther och Lucia (kyrkan). Numera kommer prästerna utifrån vilket gör att aktiviteterna från kyrkans håll minskat.

Att komma in i gemenskapen tar tid, något man tror gäller på många ställen. Mötesdeltagare uttrycker att man behöver hitta ett sätt att få med nästa generation i gemenskapen. Nyinflyttade blir kortvariga, de bor några år sedan tar de sitt pick och pack och beger sig vidare. Detta vill man ändra på.

RESULTAT



WORKSHOP 2 : DALHEM

IDÉER

- Sätta upp ett lokalt företagarregister. Kommunicera vad som finns mot besökare genom en plattform där man kan hitta kontaktuppgifter.
- En samlad informationssida där det finns möjlighet för exempelvis stuguthyrning och information kring aktiviteter, fiskevatten, vandringsleder osv. Detta skulle kunna vara en sida på vastervik.com. En idé som kan implementeras på flera av kommunens småorter. För att hålla sidan uppdaterad skulle tex Turistbyrån kunna ha en kontaktperson på varje plats som informerar om nyheter och förändringar inför säsonsstart.
- Försäljningsbod med produkter från trakten.
- Obemannade varuautomater där det finns många besökare, som vid exempelvis Loften och Sjöända.
- Containerbutik
- Förtydliga ansvarsområden och mål-bilder mellan föreningar, vem gör vad? I dagsläget finns en diffus gränsdragning som gör att vissa saker faller mellan stolarna eller att flera arbetar med samma sak.
- Infotavlor med historiebrev och kartor över byarna.
- Mer lättillgänglig information kring Tjustleden. Tydliggöra vem som ansvarar för vad. Man kan också hitta/ta fram nya vandringsleder.
- Gruvdrift-platsen ligger i anslutning till Tjustleden, idé om att sätta upp QR-koder med information, där man också har möjlighet att skänka en slant till lokala föreningar.
- Gemensam almanacka för hela bygden med roliga bilder från trakten.
- Luciatåg
- Guidade turer, med naturtema och fågelskådning, kanske även fotografi.
- Utbildningar för invånare inom exempelvis HLR för att stärka säkerheten.
- Elbilsladdare
- Sätta upp en station för vatten och el som kan användas vid kris. Idag finns ingen trygghetspunkt.
- Fler evenemang som lockar både boende och besökare.
- Skapa samarbete mellan turistbyrån, föreningar och företag.

VAD, HUR & VARFÖR?

VAD TYCKER NI ÄR MYCKET DALHEM?

Deltagarna beskriver Dalhem socknen som en välkomnande, nyfiken plats med karaktäristisk, vacker natur och hjälpsamma grannar. Här finns ett stärkande lugn som blir medicin för själen. Det är roligt att komma hem, just därför blir man kvar i Dalhem.

HUR BIDRAR NI TILL PLATSENS IDENTITET?

Gemenskapen i socknen är generellt god,

men för att komma in i gänget behöver nyinflyttade dalhemsbor ta egna initiativ och engagera sig i bygden. I första hand blir man en del av gemenskapen på den plats i socknen man själv bor, att skapa kontakter längre bort kräver större ansträngning. Förutom vacker natur och stillhet har socknen vissa traditioner som stärker gemenskapen, nämligen den årliga Bygdedagen och Julmarknaden som lockar många besökare. Med åren har Dalhem blivit en varmare och öppnare plats där alla kan umgås med alla. De som bott här länge minns en tid då bygden var mer uppdelad och hierarkisk.

Social HÅLLBARHET

Här pekades följande frågor ut som extra viktiga:

- Finns samarbete mellan föreningar?
- Finns samarbete med kommun?
- Finns plan för trygghet och säkerhet?

UPPFÖLJNING

WORKSHOP 2

Viktigaste frågorna **FÖR PLATSERNA**

- Finns kommunikation och samarbete mellan föreningar, företag, kommun och boende?
- Hur engagerar vi nya i ideellt arbete?
- Välkomnas nyinflyttade?

VAD HÄNDE EFTER MÖTET?

Efter andra workshopen träffade vi projektets referensgrupp för att lyfta de frågor och funderingar som uppstått hos platserna under de första två mötena.

Genom gruppen som består av landsbygdsutvecklare, destinationsutvecklare och representant från kulturenheten, fick vi kon-

takt med inflyttarservice på Västervik Framåt och bokade in möte för att se vad vi tillsammans kan göra för att få med nyinflyttade på landsbygden i gemenskapen. Under samtalet med inflyttarservice pratade vi om vikten av det personliga mötet och hur det bidrar till att man känner sig välkommen till en ny plats. Därför landade vi i att testa konceptet vi valde kalla "inflyttarambassadör". Vilket bygger på att varje plats får ett antal välkomstpaket med välkomstgåva, broschyrer och information från Västervik

Workshop 2 **UPPFÖLJNING**

- Möte med referensgrupp.
- Förmedling och samtal kring frågor med berörda tjänstepersoner.
- Bokning av möte med inflyttarservice.
- Sammanställning av information kring nedsläckning av 3G och 2G nät och hur det påverkar Dalhem.
- Kontakt med Tjustfastigheter angående föreningslokal i Almvik/Törnsfall
- Efterforskning - hitta bidrag som platserna kan söka för att finansiera idéer.

Framåt. I dem kan föreningar och företag på platsen lägga in kontaktlistor eller annan viktig info om bygden och aktörerna. Varje plats utser sedan två ambassadörer som ansvarar för att åka ut till nyinflyttade, knacka på, hälsa välkomna och lämna över paketet.

I övrigt fanns under mötena frågor kring detaljplaner, Tjustleden, fritidsgård, seniorservice och säkerhet som vi förmedlade till berörda tjänstepersoner.

GENOMFÖRANDE

WORKSHOP 3

Workshop 3 I KORTHET

- Sammanfattning av föregående möte
- Sammanställningar av frågeformulär och analyser:
 - "Vad, hur och varför?"
 - Socialhållbarhetsanalys.
 - SWOT-analys.
 - Idéer.
- Planering, organisering & samarbete.
- Avslut & agenda inför workshop 4.

Kvällen inleddes med en kort sammanfattning av föregående möten. Här presenterar vi resultatet av diskussionerna angående social hållbarhet, idéer och prioriterade områden.

Nästa moment bestod av att deltagarna utifrån de idéer och prioriteringsområden som uppkommit tidigare, fick fundera över vad som ska göras, hur det ska göras och vem som ska göra vad. Tillsam-

mans valde de ut de viktigaste punkterna och diskuterade hur de skulle gå tillväga. Kan de genomföra idén själva eller behöver de ta in hjälp? I vissa frågor blev det exempelvis nödvändigt att kontakta andra aktörer, såsom kommunala tjänstepersoner. En kontakt som vi på museet valde att ta, dels för att underlätta arbetet för föreningarna och dels för att vårt kontaktnät inom sektorn är stort. Flera kommunala tjänstepersoner sitter exempelvis i projektets referensgrupp.

SAMARBETE

- Vad ska göras?
Lista arbetsuppgifter.
- Hur får vi fler att bidra?
- Hur ska vi kommunicera?
- Gemensamma möten?
- Kontaktlista för inflyttade.

ORGANISERING

- Ta fram förslag till hur arbetet kan organiseras.
- Samarbete mellan flera aktörer, vilka?
- Vem kan bidra med vad?
- Vem ska ta taktpinnen?

RESULTAT

WORKSHOP 3

LOFTA PLANERING & ORGANISERING

I Lofta beslutade man sig gemensamt för att börja med följande idéer:

- **Glöggmingel:** Anordnas i Hembygdsgården av representanter från Lofta café och Lofta Hembygdsförening. Kulturarv Västervik hjälper till med layout av inbjudningar.
- **Gemensam Facebooksida:** Lofta caffé ordnar och bjuder in till en gemensam sida.
- **Inflyttarambassadör:** Två personer anmälde sig som ambassadörer. Kulturarv Västervik ordnar ”inflyttarpaket” från Turistbyrån.

DALHEM PLANERING & ORGANISERING

Föreningarna enas om att de tar med sig följande frågor till nästa styrelsemöte för att sedan ha möjlighet att organisera arbetet närmare.

Under kvällen uppkom även frågor kring informationsskyltar som vi på Kulturarv Västervik tog med oss till stadsarkitekten.

- **Inflyttarambassadörer:** En person per plats (Dalhem/Fagerdal/Tyllinge/Karlshult). Vem kan tänka sig delta i detta?
- **Information på anslagstavlor**
- **HLR:** Utbildning HLR.
- **Engagemang:** Hur får vi med fler engagerade i föreningarna?

ALMVIK/TÖRNSFALL PLANERING & ORGANISERING

I Almvik/Törnsfall beslutade man att idéerna nedan skulle prioriteras. Varje verksamhet fick i uppgift att under kommande styrelsemöte ta upp följande frågor:

- **Inflyttarambassadör:** Vem/vilka kan tänka sig att ta på sig rollen som inflyttarambassadör? Alltså åka ut och välkomna nyinflyttade med välkomst-paket och eventuell informationsbroschyr.

• **Gemensamt råd:** Vilka två personer från respektive aktör, vill vara med i det gemensamma rådet? Tanken är att representanter från olika föreningar och verksamheter träffas ett antal gånger per år för att ta del av varandras information och öka samarbetet mellan aktörerna.

• **Gemensam skrivelse:** Intresserade föreningar behöver gå samman för att lämna in en gemensam skrivelse till kommunen angående användning av Almviks skola som föreningslokal. Vem/vilka tar tag i detta?

• **Medeltida dag:** Finns intresse att vara med och anordna en medeltida/historisk dag tillsammans med flera föreningar? Vilka behöver i så fall vara med och vad behöver göras?

• **Utflykt:** Finns intresse att vara med och anordna kurs/utflykt med tema vindkraft och solenergi?

• **Informationsbroschyr:** Vad bör finnas med i en informationsbroschyr som kan ingå i inflyttarpaketet?

UPPFÖLJNING

WORKSHOP 3



VAD HÄNDE EFTER MÖTET?

Efter workshop 3 kontaktade vi stadsarkitekten för att se vilka möjligheter som finns för en gemensam informationstavla i Dalhem och vi fick en skiss på tidigare anslagstavlor som byggts, för att ha något att utgå från.

Gällande Dalhem tog vi även kontakt med säkerhetsskyddsansvarig på kommunen. Vi delade med oss av de frågor kring säkerhet som uppstått i Dalhem och bjöd in henne att tala vid nästa

workshop. I Lofta beslutade man sig för att anordna glöggmingel i hembygdsgården. Vi hjälpte dem ta fram flyers, affischer och bild för att marknadsföra och publicerade även eventet i våra digitala kanaler.

Hembygdsföreningen i Törnsfall hade funderingar på förvaltande av torpinventeringen. Vi kontaktade därför "Hitta ut" och "X-rundan" för att se vilka möjligheter som finns där.

Workshop 3 UPPFÖLJNING

- Kontakt med stadsarkitekt.
- Kontakt/inbjudan säkerhetsskyddsansvarig.
- Kontakt med "Hitta ut" och "X-rundan" för Törnsfalls torpinventering.

GENOMFÖRANDE

WORKSHOP 4

Under workshop 4, alltså den sista och avslutande kvällen inom projektiden, låg fokus huvudsakligen på att diskutera och utvärdera de punkter som avhandlats under föregående möten.

Under kvällen diskuterades bland annat de förslag och idéer som dryftats under projektets gång. Deltagarna fick uppdatera gruppen om hur arbetat gått hittills och tillsammans fundera kring vad som behöver göras härnäst och hur man går vidare för att förverkliga idéerna.

Workshop 4 I KORTHET

- Sammanfattning föregående möte.
- Samtal, avstämning.
- Nästa steg...

RESULTAT

WORKSHOP 4: LOFTA & DALHEM

UTVÄRDERING & fortsättning

LOFTA

UTVÄRDERING & FORTSÄTTNING

- **Utvärdering Glöggmingel:** Tillställningen blev lyckad och det kom ca 25 personer, tyvärr inte så många nya som man hoppats. Man hade listor där besökare kunde lämna sina kontaktuppgifter för att få information om andra evenemang framöver. Det har kommit önskemål om att anordna en fest för trakten, till exempel logdans.
- **Uppdatering lekplatsen Björnsholm:** Lekplatsen är snart klar, tyvärr har det uppstått oenigheter kring fakturering och offert. Man hoppas på en invigning i vår.
- **Logen:** Processen med att rita och besluta kring den vinterbonade logen är på G.
- **Lofta lerskank:** Fortsatta funderingar på att hålla "Lofta lerskank rännet".
- **Cykelmack:** Lofta café är i full färd med att ordna cykelmack till våren/sommaren.
- **Valborgskör:** Planer på att anordna kör till Valborg finns.
- **Facebook:** En ny sida är nu uppe "Lofta där det händer".

DALHEM

UTVÄRDERING & FORTSÄTTNING

- **Informationstavla:** Man har tidigare pratat om att uppdatera informationstavlan och det har nu tagits fram skiss på hur det skulle kunna tänkas se ut. Alla deltagare verkar positivt inställda.
- **Inflyttarambassadörer:** En person har erbjudit sig att vara ambassadör i Dalhem. Fler behövs på fler platser. På frågan kring vem som ska få en inflyttar-påse landade vi i att de som flyttat in senaste året kan anses som nyinflyttade, det gäller för både fritidsboende och året-runt-boende.
- **Vandringsleder:** Under hösten togs frågan om upprövning av vandringsleder i området upp. Deltagare har haft kontakt med ansvariga myndigheter (Länsstyrelsen) angående hur de ställer sig till en upprustning av vandringsleder i området, något som möttes med positiv respons. Det finns fortfarande frågor att lösa gällande vem som ska sköta den praktiska upprövningen och vem/vilka som bär ansvaret för lederna då de sträcker sig över privatägd mark.
- **HLR:** Det finns planer på HLR-utbildning som kommer tas upp på intresseföreningens styrelsemöte. Boende har även efterfrågat utbildning för blödning, chock osv. Kan möjligtvis vara så att man kan dela upp detta på två olika tillfällen. En utbildare kontaktas för att se vilka möjligheter som finns.

RESULTAT

WORKSHOP 4 : ALMVIK / TÖRNSFALL

UTVÄRDERING & fortsättning



ALMVIK/TÖRNSFALL UTVÄRDERING & FORTSÄTTNING

- **Gemensamt råd** :Två representanter från varje förening ingår i ett gemensamt råd med målet att stärka och utveckla samarbetet. Föreningarna tar med denna punkt till respektive styrelsemöte som kommer att hållas inom de kommande tre veckorna.
- **Gemensam skrivelse- Almviks Skola:** Finansiering av hyra är en fråga som behöver lyftas längre fram i processen. Det finns stöd och bidrag att söka för samlingslokaler.
- **Inflyttarbassadör och informationsbroschyrer:** Inflyttarpåsar har delats ut till aktörer och ska levereras till nya boende i området. Då GDPR omöjliggör spridning av listor med nya bokförda på platsen, gäller det att hålla ögon och öron öppna när hus

i området köps och säljs. Angående Informationsbroschyrer att dela ut tillsammans med inflyttarpåsarna, upplever föreningarna att de redan har information som går att lägga med i dessa.

• **Hitta-ut och X-rundan:** Det har uttryckts en önskan om att koppla ihop hembygdsföreningens torpinventering med exempelvis "Hitta ut". Vi har kontaktat ansvariga för detta och fick en positiv respons från orienteringsklubbens håll. Vi tipsade även om den digitala tipspromenaden "X-rundan" där besökaren kan skanna uppsatta QR-koder och svara på frågor kring platserna runt den aktuella sträckan. Kontaktuppgifter och info angående dessa möjligheter har lämnats till hembygdsföreningen.

• **Enkätundersökning:** Det finns en önskan om att få ut en enkätundersökning riktad till de som bor i lokalområdet. Syftet är att bilda sig en uppfattning om hur man kan engagera både

passiva stödmedlemmar och ännu ej värvade personer. Hur kan man öka intresset för att ta aktiv del i traktens föreningsliv? Vad är det för aktiviteter som lockar, vilka behov finns och vad vill egentligen en "yngre målgrupp" ha? Här lyftes frågan kring vilka som ska genomföra detta och hur. Vi diskuterade möjligheterna för ett eventuellt projekt i samarbete med Campus Västervik.

GENOMFÖRANDE

EXTRA WORKSHOP

Extra WORKSHOP DALHEM

- Allmänt om kommunens säkerhetsarbete.
- Räddningstjänst/resurser.
- Responstider och avstånd Räddningstjänsten.
- Safeland/sms-livräddare/C.I.P.
- Trygghetspunkter.

Dalhem har säkerhetsfrågan varit ständigt återkommande. Det handlar om frågor som dålig täckning som påverkar blåljuspokalens möjlighet att hålla kontakt med larmande invånare, dåligt vinterunderhåll på vägar och avsaknad av trygghetspunkter med mera.

För att få svar på viktiga frågor och framföra problematiken till berörda tjänstepersoner bjöd vi in till en extra workshop med kommunens säkerhetsskyddschef. Hon hade innan mötet fått en sammanfattning med de frågor kring säkerhet som deltagarna diskuterat tidigare.

LÖPANDE ARBETE

INSATSER & NÄTVERKANDE

Parallellt med workshops och samarbete med aktörer har vi löpande arbetat med att förankra och förmedla arbetet till andra intressenter såsom politiker och tjänstepersoner.

Vi har träffat bland andra kommunalråd, landshövding och landsbygdsråd och haft kontinuerlig kontakt med kommunens landsbygdsutvecklare.

Under SKR:s konferens "Besöksnäring på agendan" talade vi tillsammans med Tillväxtverket och ett systerprojekt från Karlskrona om arbetet inom utlysningen "hållbar platsutveckling". Kulturarv Västervik bjöds även in till Kronoberg under regiondagarna för att tala om arbetet med platsutveckling i det lilla.

INSATSER

- **Kunskapsbank - förvalta kunskap**
- **Prova-på-kulturarvet - en del av rekryteringen**
- **Marknadsföring av evenemang och platser via kulturarvets digitala kanaler**
- **Fotografering av evenemang**
- **Bollplank och kontaktförmedlare**

Som ett steg i att utveckla den sociala hållbarheten startade vi initiativet "Kulturarvet berättar". En kunskapsbank där vi tillsammans med kulturhistoriska aktörer bevarar och berättar viktig lokal kulturhistoria.

Det handlar om att spela in och skapa lättsmälta, matnyttiga och korta filmer där tittaren får höra kunniga människor med unik kunskap om kulturarven berätta, till exempel om hur det var att arbeta på det sedan länge nedlagda tegelbruket i Almvik.

En problematik som samtliga aktörer lyft fram är "Hur ska vi synas?". Som en del i att hjälpa kulturarven på traven har vi löpande under båda utlysningar hjälpt dem marknadsföra evenemang och verksamhet genom Kulturarv Västerviks digitala kanaler. Vi har även besökt evenemang för att fota och filma, som ett steg i att samla in material som kan användas för att marknadsföra platsen och visualisera dess identitet.

Löpande arbete & NÄTVERKANDE

- Landsbygdsråd
- Landshövding
- Tjänstepersoner
- Kronobergs län
- Kommunalråd
- Avstampskonferens
- Erfa-Träffar
- Designation
- Västervik framåt
- Kustlandet
- Byalaget i Vråka
- SKR
- Rotary

AVSTAMPSKONFERENS



Den 10 mars bjöd vi in till en välbesökt avstampskonferens i Västervik. Vi valde ordet avstamp eftersom vi inte vill se den som ett slut på vårt arbete utan som just början till något nytt.

Under dagen fick vi lyssna till Kristina Lindström som är forskare Göteborgs universitet och Universitetet i Stavanger. Kristina har dessutom följt vårt arbete under de två senaste åren som följeforskare i Tillväxtverkets satsning Hållbar platsutveckling.

Från Sveriges Hembygdsförbund kom Olof, Olivia och Thuha och berättade mer om alla de projekt förbundet driver inom förnyingsarbete, kommunikation och produktutveckling.

Under eftermiddagen berättade Sofie Gunnarsson från Placebrander om platsutveckling och trender med många exempel från vad som görs på olika platser runt om i Sverige.



ANALYS & REFLEKTION

FRÅN AVVECKLING TILL UTVECKLING

Under de senaste 30 åren har samhällsservice och naturliga mötesplatser stegvis försvunnit från stora delar av kommunens landsbygd.

Avvecklingen har smugit sig på då bruken lagt ned, lanthandeln klappat igen, skolorna flyttat och kyrkan gått från präster på plats till pastorat med kringresande anställda. Bit för bit har alltså den sociala hållbarheten plockats isär, när platser och personer som fungerat som byarnas sociala klister försvunnit.

Detta har sin tur bidragit till en växande klyfta mellan stad och landsbygd, svårigheter med rekrytering i föreningslivet, bristande integration av nyinflyttade och knapphändig kommunikation mellan aktörer, invånare och kommun.

Under arbetets gång har det blivit tydligt att deltagarna i projektet upplever sig vara bortglömda och lågprioriterade av övriga samhället. Man känner sig inte som en del av Västervik utan identifierar sig istället med bygden, socknen och närmaste större ort.

Vi kan alltså dra slutsatsen att det mänskliga mötet, naturliga mötesplatser, kommunal service och kommunikation mellan boende, lokala aktörer och offentlig sektor, är viktiga byggstenar för långsiktiga och attraktiva platser.

Efter samtal med bland andra Sveriges Hembygdsförbund, som har en bred nationell bild av läget, kan vi konstatera att problematiken och utvecklingen hos föreningar och platser i Västerviks kommun är långt ifrån unik.

Det mänskliga mötet, naturliga mötesplatser, kommunal service och kommunikation mellan boende, lokala aktörer och offentlig sektor, är viktiga byggstenar för långsiktiga och attraktiva platser.



ANALYS & REFLEKTION

OMVÄRLDEN

”

Städerna tar stormsteg mot att bli nätverk av kvarter och byar med sin egen identitet. Stadskärnorna och handelns dominans utmanas och i jakten på livskvalitet ser vi hur stadsutveckling kommer att handla om att skapa attraktiva lokala kvarter där det allra mesta finns.

Per Schlingmann och Kjell A Nordström i boken Momentum - vad krig, klimatkris och virus förändrar.

FINGRET I LUFTEN!

Om vi tittar på hur samhällsvindarna blåst de senaste 5 åren kan vi se ett antal trender som svept in över världen, Europa och Sverige. I stormens öga står skiftet från det globala till det lokala. Klimatkrisen har sedan flera år tillbaka bidragit till att lokalt producerade produkter, svemester och hemmaodlingar har blivit både vanligare och mer attraktiva. De gångna årens oroligheter med pandemi, krig och inflation har spätt på utvecklingen ytterligare, och analyser tyder på att vårt behov av trygghet och lokal identitet bara växer.

Vårt närområde får allt större betydelse och "hyperlokala samhällen" spås vara framtiden. Det talas om små samhällen i samhället, där all service finns på promenadavstånd. Per Schlingmann och Kjell A Nordström, författare till den analytiska boken Momentum - vad krig, klimatkris och virus förändrar, menar att: "Städerna tar stormsteg mot att bli nätverk av kvarter och byar med sin egen identitet." Stadskärnorna och handelns dominans utmanas och i jakten på livskvalitet ser vi hur stadsutveckling kommer att handla om att skapa attraktiva lokala kvarter där det allra mesta finns."

Företaget Placebrander har länge arbetat med platsutveckling och är inne på samma spår som författarduon. I sin trendrapport för 2023 menar de att det lokala blir allt mer angeläget och att vi människor lättare identifierar oss med och engagerar oss i mindre platser. De lyfter även fram experiment och utveckling av vad de benämner som "Den nya byn på landet". De skriver: "Den moderna byn är uppkopplad, har drömlager av paket, obemannade butiker med de viktigaste livsmedlen, smarta energikällor, möjlighet till odling och elbildningstjänster. Urbana element adderas till landsbygden och rurala element flyttar in i staden."

Att vi tenderar ha lättare att identifiera oss med och engagera oss i mindre platser stöds även av akademiker från Department of Health Science and Psychology, och Universitetet i Gävle, Göteborg och Mariestad. I en gemensam artikel publicerad i Frontiers of Psychology (Relationships Between Identity, Well-Being, and Willingness to Sacrifice in Personal and Collective Favorite Places: The Mediating Role of Well-Being) menar de att lokala platser med individuella och kollektiva minnen bidrar till en känsla av tillhörighet och ansvar.

ANALYS & REFLEKTION

BESÖKSNÄRINGEN & PLATSERNA

TURISMEN SKA SMAKA MER ÄN DEN KOSTAR!

För att skapa hållbara och långsiktiga platser krävs en besöksnäring med ett holistiskt perspektiv. Näringen påverkar, bidrar till men innebär också kostnader för lokalsamhället. Besöksnäringen kan därför inte kopplas loss från övrig samhällsplanering eller -uppföljning utan måste ingå som en självklar del. På flera håll inom besöksnäringen har utvecklingen nu tagit ytterligare ett steg mot det man kallar för "regenerativ turism". Det innebär kortfattat att besökare ska lämna en plats bättre än de fann den.

FÖR ATT SKAPA HÅLLBARA OCH LÅNGSIKTIGA PLATSER KRÄVS EN BESÖKSNÄRING MED ETT HOLISTISKT PERSPEKTIV.

SMÅ PLATSER STOR POTENTIAL

Världsläget kräver grön omställning och nya lösningar. Analyser tyder på att framtidens platser är hyperlokala med tillgängliga, smarta lösningar som underlättar människors vardagsliv, såväl i stan som på landet. Beskrivningar som stämmer väl överens med de egenskaper som deltagarna i projektet strävar efter. Man har på samtliga platser diskuterat frågor som obemannade livsmedelsbutiker, elbilsladdare, internetuppkoppling, energi, kunskapsförvaltning och vikten av digital tillgänglighet för att arbeta, studera och driva företag.

Många små landsbygdsorter har redan i dagsläget grundläggande förutsättningar för att ta klivet mot att bli hyperlokala "moderna byar". Det finns gott om engagemang, aktiva aktörer, kunskaper om materiellt och immateriellt kulturarv, naturtillgångar och en stark anknytning till - och ansvarskänsla för platsen. Det finns vilja och drivkraft för att öka levnadsstandarden, förvalta platsen och locka fler besökare att ta del av vad området har att erbjuda. Dessutom är man positiv till besöksnäringen vilken man ser som ett av flera verktyg för att bygga upp platsen och stärka entreprenörskap och utveckling. Gott om potential som behöver tas till vara på!

Gott om...

FÖRUTSÄTTNINGAR

Många små landsbygdsorter har redan i dagsläget grundläggande förutsättningar för att ta klivet mot att bli hyperlokala "moderna byar".

ANALYS & REFLEKTION

SAMVERKAN & MÅL

PLOGA, SKÖRDA & SÅ FÖR BLOMSTRANDE LANDSBYGD

I kommunens "Vision 2030" pratar man bland annat om vikten av en starkare vi-känsla och en samverkan mellan kommun, näringsliv, medborgare och ideella krafter. Vi har fört dialog med kommunpolitiker för att visa på potentialen och nyttan med "platsutveckling i det lilla".

Under arbetets gång har det blivit tydligt att en haltande kommunikation och dålig insikt om varandras förutsättningar och möjligheter tenderar att skapa frustration mellan lokala aktörer och offentlig sektor. Elke Dens, platsutvecklare på Travel foundation, menar att intressenter måste ta vara på potentialen hos platserna genom samverkan och ömsesidig förståelse. Byråkraterna, de lokala aktörerna och invånarna behöver tillsammans ploga, vattna och så för att odla blomstrande bygder där såväl boende, lokala aktörer och besökare, som offentlig sektor kan skörda frukterna!

Arbete som kräver att man träffas, lyssnar på varandra och sätter gemensamma mål! Här finns behov av draghjälp i form av stöd från högre ort. Politiken behöver alltså prioritera frågan och ge tjänstepersoner tid och mandat att tillsammans med platserna ploga väg för långsiktig utveckling.

Men innan man krokar arm, tar fram spadarna och sjunger "we shall overcome" behöver man lära sig stå på egna ben. Under projektet valde vi därför till en början att hålla offentlig sektor på ett armlängds avstånd. Vi ville som neutral part se vilka frågor som deltagarna på platserna ser som mest angelägna och uppmuntra till kommunikation och samverkan på platsen i första hand. Först efter detta tog vi in kommunala representanter för att främja en ömsesidig förståelse och skapa förutsättningar för samarbete.

”

Byråkraterna ojar sig över de galna eldsjälarna och eldsjälarna suckar över trögheten hos byråkraterna. Känns det igen?

En av de mest avgörande framgångsfaktorerna när vi vill skapa attraktiva platser är samverkan och förståelse mellan just eldsjälarna och byråkrater. Därför hejar vi på eldsjälarna och hurrar för byråkraterna. Båda behövs i samhällsbygget!

Ur Placebranders trendrapport 2023.

KOMMUN & INVÅNARE
LOKALA AKTÖRER
TJÄNSTEPERSONER

KOMMUNIKATION

MÅL
SAMVERKAN

TID

UPPFÖLJNING

INVIKELPERSONER

ANALYS & REFLEKTION

LÄRDOMAR



DET ÄR LÄTT ATT VARA *efterklok*

I allt man gör finns förbättringspotential och under resans gång har vi lärt oss massor. Med den erfarenhet vi har idag finns det saker som vi skulle göra annorlunda om vi fick möjlighet att genomföra liknande arbete på platser. I det här avsnittet resonerar vi kring saker vi upptäckt längs den krokiga vägen i arbetet med "platsutveckling i det lilla". För det är som uttrycket lyder - lätt att vara efterklok!

VILKA SKA MED?

Under projektets gång har vi bjudit in föreningar, företagare och tjänstepersoner att delta i arbetet med "platsutveckling i det lilla". På det sättet har vi gett deltagarna legitimitet att företräda platsen. Men blir det verkligen en rättvis representation? Vilka har vi missat och hur når vi dem som inte själva valt att ta på sig ledartröjan? Det här är frågor som vi inte har några enkla svar på. Däremot kan vi konstatera att vi idag skulle valt att försöka nå ut till fler invånare som inte är engagerade i föreningar eller driver företag, för att få en mer nyanserad bild och fördela makten över platsen på ett mer demokratiskt sätt. Vi kan också se att vi hade vunnit på att förankra projektet hos politiken i ett tidigare skede, för att lägga en starkare grund för fortsatt arbete efter projektavslutningen.

DESTINATIONSUTVECKLING & PLATSUTVECKLING

I Västervik finns precis som på många platser duktiga och erfarna yrkespersoner som länge jobbat med

destinationsutveckling med fokus på näringsliv och turism. Kunskap som är viktig för kommunens utveckling. Under arbetets gång har vi lärt oss att det är viktigt att vara tydlig med att platsutveckling är ett komplement till och inte en konkurrent till destinationsutvecklingen. I samtal med våra systemprojekt inom utlysningen har vi förstått att det finns en viss skepticism inför platsutvecklingen hos många kommunala destinationsbolag. Sådär i backspegeln ser vi att ett förtydligande hade gynnat oss i kommunikationen med aktörer inom turism och besöksnäring.

TÅLAMOD ÄR... EN PLATSUTVECKLARES BÄSTA VÄN!

En lärdom som vi tar med oss är att allt tar dubbelt så lång tid som man tror. Processen kräver massor av tid och tålamod från alla håll och kanter. Därför har vi fått lära oss att avgränsa, avgränsa och åter avgränsa! Det finns så oerhört mycket man vill och kan göra men det gäller att hålla huvudet kallt och prioritera. I ett fortsatt arbete med platsutvecklingen är detta en lärdom vi verkligen bär med oss. I slutändan blev vi tvungna att prioritera bort vissa delar av arbetet, om vi hade gjort en hårdare prioritering i tidigare skede hade vi gett oss själva mer utrymme och tid att fokusera på det allra viktigaste, som enligt vår mening är kommunikation och representation. Alltså att få med en större representation av lokala krafter och öka kommunikationen mellan dem och offentlig sektor.

SLUTSATS

FÖRUTSÄTTNINGAR & BEHOV

PLATSUTVECKLING HANDLAR OM ATT GE LOKALA KRAFTER FÖRUTSÄTTNINGAR ATT SJÄLVA SKAPA FÖRÄNDRING.

Det finns mycket att säga om hur platsutvecklingen kan användas för att skapa långsiktiga, attraktiva platser, men här följer några av våra viktigaste slutsatser!

FÖR HÅLLBAR PLATSUTVECKLING KRÄVS:

- **Samverkan och dialog:** Kommunikation mellan lokala krafter och offentlig sektor.
- **Gemensamma mål:** Mål som är förankrade hos lokala aktörer och invånare.
- **Politiska prioriteringar:** För att ge lokala krafter rätt förutsättningar behöver platsutveckling prioriteras politiskt och tjänstepersoner ges tid att arbeta löpande med dialog och uppföljning.
- **Spindeln i nätet:** Platserna kan göra mycket arbete på egen hand men någonstans behövs en sammanhållande part som följer upp, hejar på, stöttar och har en blåslampa i handen!.

• **Insikt om vikten av identitet:** Känslomässiga band och kollektiva minnen hos platser stärker identiteten och ökar känslan av tillhörighet och ansvar. Det är något man behöver ta till vara på för att förankra och stärka engagemang och ideellt arbete på platserna.

• **Förändring av föreningsstrukturer:** Föreningar har svårt att växa. Strukturen och arbetet behöver anpassas efter samhällsklimatet. Här kan man se att framgångsrika exempel skapat engagemang genom gemensamma samlingsplatser och aktiviteter som pubkvällar. Vi har också sett att föreningar med mindre arbetsgrupper och möjligheter att delta utan att binda upp sig når större framgång. Vår slutsats är att man behöver gå från en styrelse-centrerad struktur till en mer flytande modell med små arbetsgrupper och intressebaserade insatser.

• **Naturliga mötesplatser:** För att få en naturlig integrering och gemenskap behöver man platser att träffas på. Ställen där man springer på varandra i vardagen, byter några ord och lär känna varandra. När skolor, butiker och arbetsplatser försvinner måste vi hitta andra platser att mötas på.

Samman av KARDEMUMMAN

Samhällena i Västerviks kommun må vara små - men potentialen är stor! Med kommunikation, samverkan, politiska prioriteringar och löpande långsiktig arbete har kommunen möjlighet att göra Västervik och "platsutveckling i det lilla" till förebild i förflyttningen mot det hyperlokala samhället, med moderna byar och långsiktigt attraktiva platser!

Vår uppfattning är att platsutveckling till stor del handlar om att ge lokala krafter förutsättningar att själva utifrån gemensamma mål skapa förändringar som i sin tur leder till starkt vi-känsla, samverkan och trygghet.

VIKTIGA FÖRUTSÄTTNINGAR SOM REDAN FINNS:

- **Aktiva lokala aktörer och stort engagemang**
- **Intresse och förståelse för besöksnäring**
- **Kunskap om immateriellt och materiellt kulturarv**
- **Känslomässiga band till platser och områden**
- **Vilja att förändra och förbättra**
- **Resurser:** I form av kunskaper, naturtillgångar, besöksmål och företag

Vi



KULTURARY