
Bergslagssatsningen Kultur och Turism

Projektplan Etapp 4B
2015 – 2017

Intresseföreningen Bergslaget
2015-03-09

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
2. Syfte och vision	3
3. Bakgrund – skäl till satsningen	4
4. Bergslagssatsningens särskildhet	5
5. Fokus etapp 2015-2017 – stödja företag inom besöksnäringen att växa	6
6. Målgrupper	6
7. Verksamhet och aktiviteter med indikatorer	7
8. Ett innovativt och nydanande arbetssätt	12
9. Projektorganisation	13
10. Horisontella kriterier – ett socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbart samhälle	14
11. Tid- och aktivitetsplan	16
12. Kostnadsbudget	17
13. Finansieringsbudget	17
14. Projektavgränsning	18
15. Koppling till andra projekt/insatser	18
16. Koppling till länens utvecklingsstrategier	19
17. Resultatspridning	20
18. Resultat/utvärdering	21
19. Kommentarer till resultatindikatorer och effekter på sikt	21
20. Riskanalys	21

Bilagor:

Bil 1: -Intresseföreningen Bergslaget - Historik – genomförda insatser,

-Mångåriga kulturmiljövårdande insatser -Bergslagshistoriska centrum

Bil 2: Sammanställning över genomförda insatser

Bil 3: Genomförda workshops

Bil 4: Regionala handlingsplaner

Bil 5: En integrerad kulturarvsstrategi för Europa, Europeiska Kommissionen – Meddelande COM(2014)477

Bil 6: Uppdrag att främja natur- och kulturmiljöer i nya och befintliga gruvsamhällen, Regeringsbeslut N2014/363/FIN

Bergslagssatsningen Kultur och Turism - etapp 2015 - 2017

1. Inledning

I slutet av år 2006 initierades en långsiktig kulturturistisk satsning i Bergslagen, Bergslagssatsningen Kultur och Turism, med fokus på specifika kultur- och industrihistoriska miljöer. Bergslagssatsningen Kultur och Turism är en tioårig satsning initierad av Riksantikvarieämbetet och länsstyrelserna i Dalarna, Gävleborg, Värmland, Västmanland samt Örebro län. Genom att Bergslagssatsningen kombinerar förvaltning och tillgängliggörande av utvalda industrihistoriska miljöer (Bergslagshistoriska centrum, BHC) skapas incitament för entreprenörer att bygga upp och vidareutveckla näringsverksamheter främst med koppling till besöksnäringen.

Bergslagssatsningen har inspirerats i första hand av lokala aktörer vilket medfört att ett stort antal aktörer är engagerade inom satsningen, främst lokalt men också regionalt och nationellt. I Bergslagssatsningen medverkar aktivt fem länsstyrelser, fyra regionförbund, entreprenörer, turismorgan och läns museer. Lokalt stöttar och medverkar de bergslagshistoriska centrumens huvudmän, kommuner och organisationer, med ansvar för att de bergslagshistoriska centrumens verksamhet är väl förankrade lokalt och ges förutsättningar att utvecklas utifrån det specifika lokala utvecklingsbehovet.

Bergslagssatsningen Kultur och Turism är ett samverkansprojekt där Intresseföreningen Bergslaget, sedan juli 2007, är projektägare och ansvarar för samordningen. Bakgrunden till detta är att Riksantikvarieämbetet och länsstyrelserna uttryckt en förfrågan till Intresseföreningen Bergslaget att operativt samordna arbetet. Länsstyrelsernas mångåriga kulturmiljövårdande insatser av de industrihistoriska miljöerna utgör grunden för satsningen.

I processen att ta fram projektplanen för Bergslagssatsningens etapp 2015-2017 har en partssammansatt arbetsgrupp med olika kompetenser deltagit.

Den kommande etappen utgår från Riksantikvarieämbetets intention med den tioåriga Bergslagssatsningen - att informera om, tillgängliggöra och utveckla det unika industriella kulturarvet i Bergslagen. Den aktuella projektperioden för 2015 – 2017 har tydligt fokus på entreprenörskap genom aktiviteter avseende produkt-, affärs- och tjänsteutveckling för att främja utvecklingen av nya och växande företag som utvecklar kommersiellt gångbara produkter och tjänster för besöksnäringen.

Med hänsyn till fördröjningen i beslut om de nya EU-programmen för perioden 2014-2020 söktes därför endast nationell finansiering för etapp 4A avseende 2014. För etapp 4B för perioden 2015-2017 kommer även EU strukturfondsmedel från regionala fonden att sökas.

2. Syfte och vision

Idén med **Bergslagssatsningen Kultur och Turism** är att de Bergslagshistoriska centrumen som kvalitativa besöksmål ska ge förutsättningar för ett breddat näringsliv med möjlighet för entreprenörer att starta och driva verksamheter med koppling till besöksnäringen. Detta genom att skapa ökade förutsättningar för en långsiktigt hållbar förvaltning och utveckling av de industrihistoriska kulturmiljöerna till attraktiva besöksmål som lockar breda besöksgrupper.

Vidare ska satsningen medverka till att skapa utvecklade och aktiva affärsnätverk, som med gemensam kraft kan ge ett ökat och mer kvalificerat produkt- och tjänsteutbud för vilket de Bergslagshistoriska centren utgör en central resurs.

Fokus ligger på att bidra och stimulera till utveckling för att få fram nya produkter och tjänster som, med det industriella kulturarvet som utgångspunkt, ska tillföras det befintliga utbudet av besöksmål och aktiviteter. Detta syftar till att skapa reseanledningar för att ta del av upplevelser och aktivitetsutbud vid de industrihistoriska miljöerna.

Det övergripande syftet är att med utgångspunkt i Bergslagens unika industrihistoriska kulturarv skapa tillväxt och stärka företagets konkurrenskraft genom främst utveckling av besöksnäringen.

Bergslagssatsningen har som vision att:

För Entreprenörer

- bygga upp en långsiktigt hållbar nätverksstruktur som stödjer och underlättar tillväxtmöjligheterna för företag och entreprenörer som, med de industrihistoriska kulturmiljöerna som grund, vill utveckla produkter och tjänster för besöksnäringen
- främja och stärka entreprenörskap via satsningens teman och samverkansarenor och via specifika insatser som stimulerar till uppkomsten och fortlevnad av affärsnätverk som erbjuder nya produkter och tjänster som tillförs det befintliga utbudet av besöksmål och aktiviteter

För Bergslagshistoriska centrum

- bidra till att Bergslagens unika kulturarv långsiktigt bevaras genom att utveckla, vidareutveckla och levandegöra utvalda industrihistoriska miljöer, Bergslagshistoriska centrum, till attraktiva och kvalitativa besöksmål med god tillgänglighet ur såväl fysiskt som inkluderande perspektiv
- bidra till att vidareutveckla de Bergslagshistoriska centrumen till besöksmål med välfungerande infrastruktur för såväl företagare som för ett ökat antal nationella och internationella besökare
- bidra till samverkan mellan och vidareutveckling av de Bergslagshistoriska centrumen till att bli i högre grad intäktsfinansierade och mer tillgängliga besöksmål via ett utökat produkt- och tjänsteutbud med god kvalitet och hög attraktionskraft för besökare

3. Bakgrund – skäl till satsningen

Bergslagens företag består till stor del av traditionella tillverkande företag med historisk koppling till bergsbruk, stålindustri och gruvdrift. Insatserna i satsningen är ett led i att skapa förutsättningar för ett breddat och mer diversifierat näringsliv med nya verksamheter med ökat kunskapsinnehåll inom tjänstesektorn. Detta medför också att sårbarheten i områdets smala branschbredd reduceras.

Satsningen är främst relaterad till tillväxtföretag i den arbetskraftsintensiva besöksnäringen och bidrar därmed till ökad sysselsättning i små och medelstora företag. Därigenom breddas näringslivet och det stora beroendet av den offentliga sektorn minskar.

Det unika konceptet med Bergslagssatsningen Kultur och Turism är att alla aktiviteter och insatser som genomförs har det industriella kulturarvet i Bergslagen som gemensam motor.

Detta öppnar i sin tur upp för samverkan och utveckling av bärkraftiga kommersiella affärsmöjligheter. Med det industrihistoriska kulturarvet som grund ska projektet tillsammans med entreprenörer och övriga aktörer i och kring de industrihistoriska kulturmiljöerna, de Bergslagshistoriska centrumen, göra insatser för att öka kvalitets-, kunskaps- och tjänsteinnehållet i de produkter och tjänster som utvecklas för besöksnäringen.

4. Bergslagssatsningens särskildhet

Bergslagssatsningen är en utvecklingsatsning med det industriella kulturarvet som motor

Fokus under hela satsningen är att bidra och stimulera till utveckling av utvalda besöksmål med hög potential att locka inhemska och utländska besökare. Målsättningen är att få fram nya produkter, tjänster och entreprenörer, som ska tillföra ett mervärde till det befintliga utbudet av besöksmål och aktiviteter. Det unika med Bergslagssatsningen är att utgångspunkten och motorn för utvecklingsinsatserna är de i huvudsak offentligt ägda industrihistoriska kulturmiljöerna i Bergslagen – Bergslagshistoriska centrum.

Bergslagssatsningen är gränsöverskridande

Genom satsningen initieras och utvecklas samverkansarenor över kommun-, läns- och EU-programområdesgränser samtidigt som tvärsektorieell samverkan mellan olika branscher och kompetensområden möjliggörs. Därmed skapas nya kopplingar mellan olika kunskapsområden och branscher för utvecklad samverkan och benchmarking.

Bergslagssatsningen är innovativ och nydanande

Satsningen är nyskapande då detta är ett nytt sätt att använda sig av specifika kulturmiljöer i syfte att både bevara och utveckla dessa samt stimulera insatser för entreprenörskap i och kring dessa industrihistoriska miljöer. Utgångspunkten är att det unika industriella kulturarvet i Bergslagen ska fungera som inspiration för att skapa företag med nya produkter och utvecklade tjänster, som i sin tur ska attrahera nya grupper av inhemska och utländska besökare och därigenom stärka regionens konkurrenskraft. De industrihistoriska miljöerna är innovativa miljöer, som kan fungera som mötesplatser och samverkansarenor för besöksnäringen och även för utveckling av kulturella och kreativa näringar. Genom vidareutvecklingen av besöksnäringen och kulturella och kreativa näringar bidrar Bergslagssatsningen till en större andel tjänstenäringar i regionen och till ökad internationalisering genom exempelvis fler exportmogna turistiska produkter och fler utländska besökare vid de Bergslagshistoriska centrumen. Bergslagssatsningen använder kulturarvet som en källa för innovation och utveckling på det sätt som kommissionen förordar i sitt meddelande ”En integrerad kulturarvsstrategi för Europa”. (COM(2014) 477 final)

En ny prioriterad grupp är utlandsfödda entreprenörer som bidrar till fler internationella affärsmöjligheter samt insatser för att intressera flera utlandsfödda för det industriella kulturarvet i Bergslaget.

De utvalda industrihistoriska miljöerna är alla unika i sitt utbud och i sin inriktning. Med hänsyn till detta måste affärsutvecklingen svara mot det faktiska lokala utvecklingsbehovet och bedrivas i nära samverkan med lokala entreprenörer, där närheten i relationer och personliga möten är viktiga framgångsfaktorer. Under den kommande etappen kommer dessa miljöer matchas mot entreprenörer, som har intresse att arbeta med det industrihistoriska ursprunget som affärsmöjlighet. Ambitionen är att bygga på de attraktiva miljöer som de industrihistoriska kulturmiljöerna utgör.

Bergslagssatsningen är strukturpåverkande

Satsningen stimulerar entreprenöriell utveckling exempelvis genom tillgången till affärsnätverk, där även de idag huvudsakligen offentliga verksamheterna i de industrihistoriska besöksmålen stärker sin entreprenörskompetens. Utvecklingen av de Bergslagshistoriska centrumen till mer tillgängliga, kvalitativa och attraktiva besöksmål blir ett tillskott och mervärde i besöksnäringens produkt- och tjänsteutbud, samtidigt som det i miljöerna öppnas möjligheter att bedriva och utveckla nya näringsverksamheter.

5. Fokus etapp 2015 – 2017 – stödja företag inom besöksnäringen att växa

För att fullfölja intentionen med Bergslagssatsningens långsiktiga vision gällande turismdriven tillväxt och breddning av näringslivet kommer fokus i den kommande etappen att ligga på företag inom besöksnäringen, som vill samverka i nätverk i till exempel olika samlade paket-erbjudanden, där man bygger på industrihistorien för att nå olika marknader. För att ytterligare stärka de enskilda företagens och affärsnätverkens möjligheter att utvecklas på affärsmässiga grunder behövs insatser för affärsutveckling, produkt- och tjänsteutveckling. Etappmålet är att bidra till att flera och nya kommersiellt gångbara produkter och tjänster kan etableras på marknaden för besöksnäringen.

Bergslagssatsningen har arbetat med att skapa mötesplatser i form av olika nätverk som är betydelsefulla för innovationskraft och tillväxt. Bergslagssatsningen har genomfört 20 workshops där nätverk mellan de Bergslagshistoriska centrumen bidragit till ökad medvetenhet om besöksnäringen kopplat till den kulturmiljö de verkar inom. Inom olika teman har aktörerna vid de Bergslagshistoriska centrumen kompletterats med entreprenörer från andra näringar såsom exempelvis boende, måltid och trädgård. Avsikten är vidare att arbeta med de öppna nätverk som skapats samt att utveckla mer fasta nätverk/kluster i olika samverkansforum med aktiviteter som seminarier och workshops. Intresseföreningen Bergslagens roll som projektägare är att verka som katalysator för och samordnare av insatserna.

6. Målgrupper

- Entreprenörer och företag, med koppling till besöksnäringen samt kulturella och kreativa näringar, som använder det industrihistoriska kulturarvet som utgångspunkt för affärsutveckling
- Turistorganisationer med bokningsplattformar och researrangörer
- Bergslagshistoriska centrum och dess/deras huvudmän

Bergslagssatsningen har som prioriterad målgrupp företag och entreprenörer kopplade till besöksnäringen och verksamma i eller i anslutning till de bergslagshistoriska centrumen, samt i ett vidare perspektiv, också entreprenörer som har intresse att arbeta med sitt industrihistoriska ursprung som affärsmöjlighet. En ny målgrupp är också utlandsfödda entreprenörer som ser ökade affärsmöjligheter både nationellt och internationellt genom medverkan i satsningen.

Organisationer och företag med erfarenhet, kompetens och nätverk inom researrangörsledet är också av avgörande betydelse i satsningens produktutvecklings-, paketerings-, marknadsförings- och distributionsfaser för att nå ut med bokningsbara produkter såväl nationellt som internationellt. En nära samverkan med turistorganisationerna och deras arbete med samarbetspartners i researrangörsledet är viktig. Det arbete som sker inom utveckling av bokningsplattformar och marknadsföring är en avgörande byggsten för affärsutvecklingen i de företag som ingår i affärsnätverken. All försäljning av turistiska paket och besöksmål som utvecklats inom Bergslagssatsningen sker genom varje regions och/eller kommuns befintliga turismorganisationer eller andra försäljningsorgan.

De bergslagshistoriska centrumen och dess huvudmän, som till största delen är kommuner, är en viktig målgrupp för att säkerställa den fortsatta strategiska och hållbara utvecklingen av besöksmålen på lång sikt. I det arbetet är stärkande av inkluderande perspektiv viktigt. Vidgade berättelser och innovativa berättandeformer för en vidgad målgrupp innebär att kvalitén vid de bergslagshistoriska centrumen ökar samtidigt som förutsättningar för innovativt entreprenörskap stärks. Med hänsyn till att ett strategiskt mål med satsningen är att centrumen ska utvecklas i riktning mot att bli mer kommersiellt bärkraftiga genom satsningens aktiviteter, kan projektinsatser endast genomföras under förutsättning att huvudmännen själva tar ansvar för helheten.

Avslutningsvis vill vi lyfta fram betydelsen av att det i Bergslagen finns kulturmiljöer med status som världsarv. Falun med Kopparbergslagen och Engelsbergs bruk är utsedda av UNESCO till världsarv. I fullföljandet av Bergslagssatsningen är världsarven strategiska och avsikten är att de kan medverka som dragare och utgöra goda exempel avseende industrihistoriska miljöer med attraktivitet och lyskraft för att locka allt fler utländska besökare till regionen.

En viktig lärdom från tidigare etapper i Bergslagssatsningen har förmedlats av den externa följeforskaren Kontigo, som rekommenderar att projektplanen indelas i separata ”projektlogiker” för de olika målgrupperna (företag/entreprenörer, turismorganisationer, BHC, huvudmän) samt för de gemensamma insatserna. Verksamhets- och aktivitetsindelningen nedan utgår från dessa rekommendationer.

7. Verksamheter och aktiviteter med indikatorer

A. Affärs- och produktutveckling för företagare och entreprenörer

I syfte att stimulera entreprenörskap och stärka lönsamhet i verksamheter kring de industrihistoriska miljöerna genom att initiera affärsnätverk som utvecklar säljbara produkter och tjänster som kan ingå i turistiska kommersiella paket.

B. Utveckling av produkter, tjänster och paket för turistnäringen

I syfte att erbjuda attraktiva produkter som en del av och nya inslag i researrangörers och turismorganisationers utbud.

C. Produkt- och tjänsteutveckling av och vid de Bergslagshistoriska centrumen

I syfte att höja de Bergslagshistoriska centrumens attraktionsvärde, kvalitet och kapacitet som besöksmål genom att erbjuda nya kommersiella produkter och tjänster för turismdriven tillväxt.

D. Strategisk utveckling för långsiktig bärkraft

I syfte att säkerställa att satsningens resultat förvaltas av Bergslagshistoriska centrum och dess huvudmän, entreprenörer i de etablerade nätverken och turistorganisationer så att satsningens övergripande vision vidmakthålls och även fortlever efter Bergslagssatsningen.

A. Affärs- och produktutveckling för företagare och entreprenörer

- Syfte** Att stimulera entreprenörskap och stärka lönsamhet i verksamheter genom att initiera affärsnätverk, som använder det industrihistoriska kulturarvet för att utveckla säljbara produkter och tjänster som kan ingå i turistiska kommersiella paket.
- Målgrupp** Entreprenörer i affärsnätverken.
- Aktivitet** Arbeta med entreprenörer och intressenter inom besöksnäring samt de kulturella och kreativa näringarna i affärsnätverk som bildas kring gemensamma teman:
- Arbeta med samverkansforum som mötesplatser för företagen, där öppna affärsnätverk kan vidareutvecklas till etablerade nätverk/klusterbildningar.
 - Initiera modeller för samverkan i nätverk/klusterbildningar som självständigt kan vara bärkraftiga och fortleva efter 2017.
 - Anpassade efterfrågade insatser i affärsnätverkens företag avseende exempelvis affärsplaner, värdskap, organisationsformer och styrelsearbete i nära samverkan med andra aktörer och affärsutvecklingsprojekt.
- Resultat** Förbättrade affärsmöjligheter och ökad lönsamhet för entreprenörer i affärsnätverk.
Fler kommersiella produkter och kvalitativa tjänster på marknaden.
Ökad affärskompetens och kunskap om att sälja produkter och tjänster på kommersiella villkor hos målgrupperna.
- Effekter** Ökade intäkter och omsättning för företag vid och i anslutning till de bergslagshistoriska centrumen med koppling till besöksnäringen.
Nya företag etableras vid och kring de industrihistoriska miljöerna.
Befintliga företag stärks och kan öka antalet sysselsatta.
- Indikatorer** 16 nya arbetstillfällen, 8 kvinnor och 8 män, varav 6 av utländsk härkomst
10 bevarade arbetstillfällen, fördelat på 5 kvinnor och 5 män
4 nya företag, fördelat på 2 ägda av kvinnor och 2 ägda av män
2 entreprenörer har utvecklat nya eller markant förädlade turismprodukter
2 nätverk bestående av entreprenörer är etablerade
Indikatorerna avser Bergslagssatsningen som helhet och etapp 4 -2014-2017.

B. Utveckling av produkter, tjänster och paket för turistnäringen

- Syfte** Att verka för att företagens turistiska produkter och tjänster blir en del av och nya inslag i researrangörers och turismorganisationers utbud.
- Målgrupp** Distributörer, researrangörer, bokningsorganisationer, lokala och regionala

turistorganisationer.

Aktivitet Samarbeta med turismaktörer och koordinera samverkan med Bergslagshistoriska centrum och entreprenörer:

- Stimulera utveckling av produkter och tjänster anpassade för kommersiella aktörer och turistorganisationer med bokningsfunktioner.
- Etablera kontinuerlig samverkan mellan de Bergslagshistoriska centrumen och de berörda företagen och turismaktörerna i målgruppen.
- Främja utvecklingen av lokala arrangörsled i samarbete med respektive läns turismorganisationer som säljer paketerade upplevelser där de bergslagshistoriska centrumen ingår.

Resultat Fler produkter och bokningar av reseupplevelser i Bergslagen via researrangörer och genom turistorganisationernas bokningsplattformar.

Effekter Det regionala utbudet av högkvalitativa turismprodukter med exportmognad ökar vilket skapar nya arbetstillfällen i små och medelstora företag.

Indikatorer 5 turistorganisationer har med produkter från satsningen i sitt utbud 5 ”paket” där attraktionen bergslagshistoriskt centrum utgör ett inslag och med t ex boende säljs via etablerade bokningskanaler

C. Produkt- och tjänstutveckling av och vid de Bergslagshistoriska centrumen

Syfte Bidra till affärsnytta för de Bergslagshistoriska centrumen genom att stärka utbudet av kvalitativa, attraktiva och kommersiella produkter och tjänster med ökat kunskapsinnehåll byggda på och inspirerade av industrihistoria.

Målgrupp Bergslagshistoriska centrum.

Aktivitet Insatser för utveckling av det kommersiella tjänste- och produktutbudet:

- Insatser för stärkt värdskap, tillgänglighet och mottagarservice vid de Bergslagshistoriska centrumen som besöksmål.
- Insatser för ökade informations- och försäljningsmöjligheter inklusive vidareutveckling av gemensam digital reseplanerare.
- Initiera en modell för att etablera en långsiktigt hållbar samverkansarena som kan verka även efter 2017.

Resultat Höjt attraktionsvärde och ökad kvalitet samt ökat utbud av kommersiella produkter och tjänster med ökat kunskapsinnehåll. De Bergslagshistoriska centrumen ska ha utvecklats till mer kommersiellt bärkraftiga besöksmål samt ha förmåga att, via bokningsorgan, nå såväl nationella som internationella marknader.

Effekter Ökat antal inhemska och utländska besökare som ger ökad omsättning och större intäkter i bergslagshistoriska centrum.

Indikatorer 10 lokala utvecklingsplaner har förnyats och vidareutvecklats till konkreta affärsplaner/handlingsplaner under medverkan av centrum och entreprenörer
10 bergslagshistoriska centrum har förbättrat sin tillgänglighet och utåtriktade information för besökare
4 bergslagshistoriska centrum har ökat kommersiella intäkter med minst 30%.
En gemensam reseplanerare för Bergslagshistoriska centrum har etablerats

D. Strategisk utveckling för långsiktig bärkraft

Syfte Att säkerställa att satsningens resultat förvaltas av Bergslagshistoriska centrum och dess huvudmän, entreprenörer i de etablerade nätverken och turistorganisationer så att satsningens syfte/långsiktiga vision/ uppnås och vidmakthålls och fortlever även efter att Bergslagssatsningen avslutats.

Målgrupp Bergslagshistoriska centrum och dess huvudmän, entreprenörer i de etablerade nätverken, turistorganisationer och andra intressenter berörda av satsningen.

Aktivitet Gemensamma aktiviteter för att säkra satsningens långsiktiga bärighet:

Fortlöpande förankringsarbete gentemot huvudmän, finansiärer och andra intressenter.

- Koordination för samverkan mellan BHC, entreprenörer, turistorganisationer och researrangörer för vidare- och nyutveckling av paketerade produkter och tjänster.
- Fortsatt arrangemang av samverkansarenor riktade till lokala arbetsgrupper kring utvecklingen av bergslagshistoriska centrum, entreprenörsnätverk, lokala och regionala turistorganisationer, FoU-grupp och aktörer med intresse att arbeta med industrihistoria som utgångspunkt för affärsutveckling.
- Vidmakthålla och stärka befintligt nätverk där Bergslagshistoriska centrum ingår. Undersöka och skapa förutsättningar för avknoppningar där olika huvudmän efter den aktuella projektperioden tar ansvar för den långsiktiga förvaltningen och utvecklingen av verksamheter.
- Utvärdera Bergslagssatsningens resultat ev med stöd från extern följeforskning Arbeta för att åstadkomma en modell för hur man utvecklar kulturhistoriska miljöer i kommersiell riktning till attraktioner för besöksnäring.

Resultat Nätverk och avknoppningar som har förmåga att verka långsiktigt efter projektet är etablerade.
Modell för hur man utvecklar kulturhistoriska miljöer till attraktioner för besöksnäring har utvecklats och spridits.

Effekter De bergslagshistoriska centrumen och berörda företag drivs vidare efter satsningen har slutförts.

Indikatorer En modell för affärsutveckling/utveckling av offentligt ägda kulturmiljöer där Bergslagshistoriska centrum, entreprenörer och lokala huvudmän samverkar har utvecklats.
2 nätverk där turismentreprenörer samarbetar är etablerade.
4 lokala nätverk där Bergslagshistoriska centrum ingår är etablerade.
Ett Bergslagsövergripande nätverk har etablerats.

8. Ett innovativt och nydanande arbetssätt

Arbetet består i att bygga affärsnätverk där entreprenörer men också offentliga instanser och organisationer ingår. Det nydanande arbetssättet är en process med efterfrågebaserade, anpassade och skräddarsydda insatser. Samtal och personliga möten är viktiga och strategiska framgångsfaktorer i arbetsprocessen. Ett viktigt inslag är den kunskapsöverföring och det erfarenhetsutbyte som uppnås genom de workshops som genomförs och de nätverk som etableras.

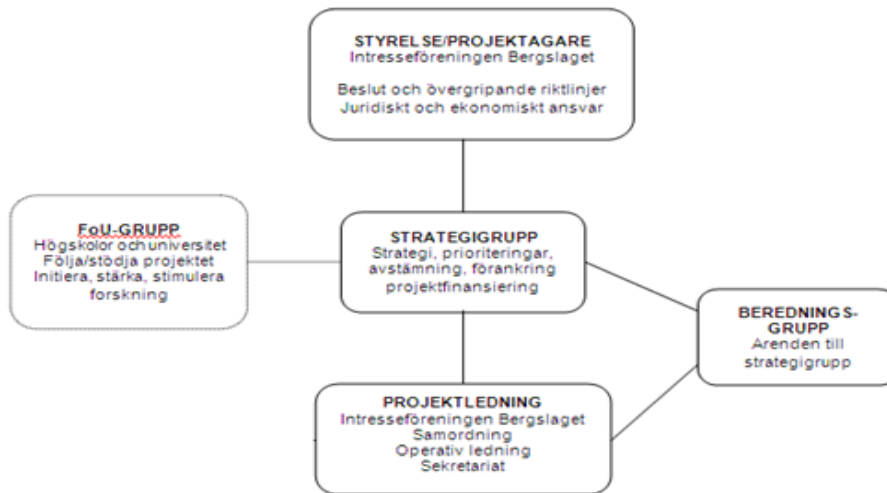
För ökat tjänste- och kunskapsinnehåll genomförs aktiviteter som har ett tydligt fokus på att stärka förutsättningarna för affärsmöjligheter i utbudet av produkter och tjänster hos entreprenörer och även hos de bergslagshistoriska centrumen som besöksmål.

För att satsningen ska göra insatser ställs tydliga krav på motprestation och aktiv delaktighet från intressenterna. Bergslagssatsningen Kultur och Turism ska inte ersätta det lokala utvecklingsarbetet, utan insatserna ska komplettera den lokala nivån genom att verka som hjälp till självhjälp för att driva utvecklingen framåt vid de bergslagshistoriska centrumen och hos de enskilda entreprenörerna. Viktigt att poängtera är att utvecklingsarbetet vid de Bergslags-historiska centrumen förutsätter finansiella och personella motprestationer från de lokala verksamheternas ägare/huvudmän. Drivkraften måste finnas i den lokala plattformen för framtida fortsatt utveckling och hållbar förvaltning. Ansvar för den fortsatta utvecklingen och driften av de industrihistoriska miljöerna vilar på huvudmännen/ägarna.

Marknadsföring, distribution och försäljning av de paketerade produkter och tjänster kring ”se, bo, äta, göra” som utvecklas i projektet ska bedrivas av befintliga organisationer och kommersiella aktörer. Satsningen ska samverka med befintliga researrangörer och bokningsorganisationer, genom att utveckla produkter och tjänster som kompletterar och blir ett mervärde till det befintliga utbudet. Satsningen ska samverka och komplettera de utvecklingsprojekt och övriga aktiviteter som genomförs i Bergslagen av de regionalt utvecklingsansvariga regionförbunden och länsstyrelserna.

Bergslagssatsningen ska presentera en modell för utveckling av offentligt ägda kulturmiljöer till fullvärdiga besöksmål, som utgår från satsningens arbetssätt. Tanken är att arbetsmodellen ska kunna spridas nationellt till kulturmiljöer i hela landet för att kunna appliceras på andra regionala utvecklingsprojekt.

9. Projektorganisation



Projektägare/styrelse

Intresseföreningen Bergslagets styrelse består av politisk representation från medlemmarna som är kommuner, regionförbund och landsting i de fem bergslagslänen. I styrelsen avrapporteras fortlöpande hur projektet fortskrider. I styrelsen fattas beslut om övergripande riktlinjer och juridiskt bindande beslut i fråga om bl a ekonomi och avtal. Intresseföreningen Bergslaget har lång erfarenhet av att initiera, driva och samordna regionala utvecklingsprojekt.

Strategigrupp

Strategigruppen består av projektets finansiärer: länsstyrelser och regionförbund. Gruppens uppgift är att löpande bevaka att projektets utveckling följer planer och strategier.

Strategigruppens medlemmar har också till uppgift att förankra och rapportera satsningens insatser hos huvudmännen för de bergslagshistoriska centrumen samt inom sina egna organisationer och centrumens lokala plattformar. Regionförbundens representation kan med fördel utgöras av personer med turistiskt ansvar. Till strategigruppen erbjuds en representant från FoU-gruppen och Riksantikvarieämbetet adjungerad plats. En förutsättning för att ingå i strategigruppen är att man kan åta sig ett deltagande hela projekttiden och vara aktivt engagerad i satsningen.

Beredningsgrupp

Beredningsgruppen består av strategigruppens ordförande och den operativa projektledningen hos projektägaren. Dess uppgift är att inom gruppen stämma av och rapportera projektets löpande arbete samt att bereda ärenden till strategigruppens möten och gällande vissa strategiska beslutsärenden till Intresseföreningen Bergslagets styrelse.

Projektledning

Projektledningen består av Intresseföreningen Bergslagens verksamhetschef samt av behovsanpassade kompetenser. Projektledningen består även av anställda alternativt upphandlade kompetenser från besöksnäringen och kultursektorn. Kompetenserna som erfordras är konceptutvecklare, affärsutvecklare, kommunikatör/informatör och ekonom/administratör.

FoU-grupp

I anslutning till Bergslagssatsningen finns sedan första etappen 2007 ett nätverk för forskning och utbildning där företrädare för universitet och högskolor ingår. I FoU-gruppen ingår representanter från Mälardalens högskola, Högskolan Dalarna, Örebro universitet, Karlstad Universitet och Uppsala Universitet. Dess uppgift är att följa och stödja Bergslagssatsningen och att fristående initiera, stärka och stimulera forskning om Bergslagen. Forskning och utbildning inom turism, resande och kulturhistoria beaktas via FoU-gruppens adjungerade representant i strategigruppen.

10. Horisontella kriterier – ett socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbart samhälle

Integration - Mångfald

Mångfaldsperspektiven har allt tydligare blivit en kulturpolitisk fråga. De är också en framgångsfaktor för att öka tillgänglighet och kvalitet vid de Bergslaghistoriska centren. Mångfald och tillgänglighetsarbetet består av flera utvecklingsområden. Ett sådant är fysisk tillgänglighet för största möjliga besökarkrets, oavsett fysiska förutsättningar. Att tillgängliggöra innebär också att arbeta med ett inkluderande perspektiv vid framställning och urval av de berättelser som möter besökarna. Slutligen handlar det också om att göra berättelser om produkter tillgängliga för en mångfald av besökare oavsett ålder, kön, social eller geografisk härkomst.

De industrihistoriska miljöerna vid de Bergslagshistoriska centrumen har i dagsläget relativt få utländska besökare. För att nå nya målgrupper, till exempel besökare såväl som entreprenörer med potential att driva verksamheter i anslutning till centrumen, kommer ett fortsatt aktivt arbete med mångfald och interkulturell kommunikation att genomföras.

Bergslagssatsningen har i en tidigare etapp genomfört en workshop i två dagar med processledning från Urban Reklam med inriktning på interkulturell kommunikation. Samtliga Bergslagshistoriska centrum tog då fram exempel på hur man kan få in interkulturell kommunikation i sina utvecklingsplaner.

Arbetet är sedan tidigare påbörjat i form av en förstudie i Pershyttan i Nora kommun. Planen är att utveckla ett målgruppsanpassat informationsmaterial riktat till interkulturella målgrupper med målet att intressera dessa grupper för de industrihistoriska miljöerna. Syftet är både att attrahera dessa grupper att besöka miljöerna, men även aktivt påvisa vilka möjligheter som finns att bedriva näringsverksamheter i eller kring de utvalda miljöerna. En utställning som informerar om kultur- och naturreservaten i Bergslagshistoriska centrumet Pershyttan är framtagen med målsättningen att vara inkluderande ur såväl fysisk som interkulturellt perspektiv. Genom att som metod använda illustrationer snarare än verbala framställningar når vi ut med innehållet till en ur gendersynpunkt bredare publik. Materialet kan användas såväl för besökare som för potentiella entreprenörer i och kring de industrihistoriska miljöerna.

Bergslagssatsningens kärna är industrihistoria. Den är global och återfinns i hela världen. Det innebär att det finns en stor potential att göra de berättelser de Bergslagshistoriska centrumen lyfter fram begripliga och möjliga att relatera till för en global målgrupp. En viktig potential hos det industrihistoriska arvet är därför att dessa berättelser kan användas av många aktörer för att skapa samförstånd mellan olika kulturer.

Verksamheter inom besöksnäringen kommer att dra nytta av projektets insatser kring mångfald och tillgänglighet vid de Bergslagshistoriska centrumen och i de entreprenörsnätverk som bildats kring bergslagshistoriska teman. För att verksamheterna ska bli lönsamma och överleva måste de kunna tillgodose kundens önskemål i fråga om t ex fysisk tillgänglighet och information, mat för olika nationaliteter och kundgrupper, information och guidade visningar på olika språk samt information om säkerhet och miljö på besöksmålen.

Bergslagssatsningen kommer att arbeta aktivt och målmedvetet för att sammansättningen i alla grupper och genomförandet återspeglar den befolkningssammansättning som finns i Bergslagen. Integration och mångfald ska nyttjas som ett konkurrensmedel och en tillgång som strategisk tillväxtfaktor. Bergslagssatsningen kommer särskilt att uppmärksamma goda exempel på integrationens betydelse i Bergslagen både i nutid och historiskt.

Bergslagssatsningen kommer att arbeta med en smart och långsiktigt hållbar tillväxt som inkluderar alla. Information och tillgängliggörande av besöksmålen ska utvecklas och anpassas för såväl utländska besökare, utlandsfödda svenskar som besökare med funktionsnedsättning. Att besöka de Bergslagshistoriska miljöerna ska inte utgöra något funktionshinder för någon grupp oavsett funktionsnedsättning och/eller nationalitet.

I tidigare etapper har även ett arbete med att ansluta besöksmål/anläggningar till Tillgänglighetsdatabasen (TDB) påbörjats med Ekomuseum Bergslagen som pilotområde. I pilotprojektet har ett 20-tal objekt inventerats. TDB är ett informationssystem där man genom Internet kan få information om tillgängligheten till besöksmål utifrån fem olika kategorier av funktionsnedsättning. Målet i denna etapp av Bergslagssatsningen är att denna informationen, på flera språk, ska bli tillgänglig på Ekomuseums hemsida, samt att Ekomuseums erfarenheter från TDB ska spridas till övriga Bergslagshistoriska centrum genom bland annat workshops och övriga nätverk.

Jämställdhet

Bergslagen har av tradition en dominerande ”manlig” arbetsmarknad i det traditionella näringslivet och en brukskultur med främst manliga förebilder. Bergslagsatsningen med inriktning på turismdriven tillväxt innebär möjligheter för fler kvinnliga företagare och företagare med annan geografisk härkomst än svensk att etablera sig och skapar möjligheter till fler arbetstillfällen. Därför behöver kvalitetsarbetet med inkludering som utgångspunkt bli tydligt inom satsningen.

Satsningen skapar möjligheter för uppkomsten av nya nätverk med en naturlig mix av både män, kvinnor, åldersgrupper och geografisk härkomst. Nätverksarbetet för entreprenörskapsutveckling är öppet för olika typer av verksamheter och aktiviteterna riktar sig till alla entreprenörer, oavsett genus och gender. Därutöver kommer riktade insatser att genomföras för att locka nya grupper underrepresenterade grupper.

Ambitionen är att ha en jämn fördelning av män och kvinnor i satsningens berednings-, strategi- och arbetsgrupper. Vidare kommer vi att aktivt verka för att kontaktpersonerna vid de Bergslagshistoriska centrumen också har en jämn representation i frågan om könsfördelning.

I de workshops som vi arrangerar arbetar vi medvetet med att ha en jämn fördelning av män och kvinnor när vi anlitar föreläsare och vid fördelning av ordförandeskap i de arbetsgrupper vi sätter samman. Däremot kan gendersammansättningen ur andra perspektiv än jämställdhet förbättras Fokus är att särskilt uppmärksamma kvinnor och utlandsfödda som företagsamma entreprenörer och ledare.

Bergslagssatsningen kommer tydligt att påvisa betydelsen av ett aktivt jämställdhetsarbete som inkluderar alla invånares erfarenhet och kompetens för tillväxt och utveckling i Bergslagen.

Miljö

Miljöaspekten ska finnas med som en röd tråd i allt arbete i projektet för att skapa en långsiktigt hållbar struktur för utveckling av kulturarvet. Att värna om miljön ska vara en naturlig och integrerad del i utvecklingsarbetet med de industrihistoriska miljöerna.

Ett flertal av de bergslagshistoriska centrumen ligger i anslutning till järnvägsförbindelse och ger möjlighet till miljövänligt resande med tåg. Konkret planeras exempelvis ett samarbete med Tåg i Bergslagen för att aktivt främja resande med tåg till och från besöksmålen.

Miljöerna kring de Bergslagshistoriska centrumen ska vara välkomnande och hänsyn till miljön ska tas när nya produkter utvecklas. De Bergslagshistoriska centrumen ska utvecklas till kvalitativa och långsiktigt hållbara besöksmål för såväl besökare som entreprenörerna kring dessa.

I projektets strategigrupp ska finnas representation för de fem berörda länsstyrelserna vilket betyder att det finns god kompetens inom miljöområdet samt koppling till myndighet med miljöansvar i de fem länen. Detta innebär bl a att miljömålen integreras och att gällande Natura 2000-områden beaktas.

11. Tid och aktivitetsplan

Tid- och aktivitetsplan	Start	Slut
A. Affärs- och produktutveckling för företag	2015	2017
B. Utveckling av produkter och paket för turismnäringen	2015	2017
C. Produkt- och tjänsteutveckling vid BHC.	2015	2017
D. Strategisk utveckling	2015	2017
Insatser för det horisontella kriterierna - Mångfald	2015	2017
Informationsspridning om verksamhet och resultat	2015	2017
Utvärdering		2017
Slutredovisning		2017
Projektets start- och slutdatum	2015-04-01	2017-12-31

12. Kostnadsbudget

Insatsområde /Kostnadsslag	2015	2016	2017	Summa
Personal	2 181 000	2 183 000	1 636 000	6 000 000
Köp av tjänst totalt	4 084 000	3 942 000	1 174 000	9 200 000
A. Affärs- och produktutveckling för företag	(1 404 000)	(1 262 000)	(134 000)	(2 800 000)
B. Utveckling av produkter och paket för turismnäringen	(800 000)	(800 000)	(200 000)	(1 800 000)
C. Produkt- och tjänstutveckling vid BHC	(950 000)	(950 000)	(300 000)	(2 200 000)
D. Strategisk utveckling	(500 000)	(500 000)	(200 000)	(1 200 000)
Mångfald	(100 000)	(100 000)		(200 000)
Utvärdering		(100 000)	(100 000)	(200 000)
Följeforskning/slutrapport	(330 000)	(230 000)	(240 000)	(800 000)
Lokaler	120 000	120 000	60 000	300 000
Övriga kostnader	400 000	400 000	200 000	1 000 000
Eget arbete; Järnriket	385 000	345 000	70 000	800 000
Totalt samtliga	7 170 000	6 990 000	3 140 000	17 300 000

13. Finansieringsbudget

Årsfördelning	2015	2016	2017	Summa
S-Län				
Länsstyrelsen (7:2)	125 000	125 000	50 000	300 000
Region Värmland (1:1)	125 000	125 000	50 000	300 000
T-Län				
Länsstyrelsen (7:2)	350 000	350 000	175 000	875 000
Region Örebro (1:1)	350 000	350 000	175 000	875 000
U-Län				
Länsstyrelsen/kultur (7:2)	350 000	350 000	175 000	875 000
Länsstyrelsen/näringsliv (1:1)	350 000	350 000	175 000	875 000
W-Län				

Länsstyrelsen (7:2)	350 000	350 000	175 000	875 000
Region Dalarna (1:1)	350 000	350 000	175 000	875 000
X-Län				
Länsstyrelsen (7:2)	250 000	200 000	150 000	600 000
Region Gävleborg (1:1)	600 000	600 000	200 000	1 400 000
Medfinansiering tid	385 000	345 000	70 000	800 000
Summa nationella medel	3 585 000	3 495 000	1 570 000	8 650 000
Summa EU	3 585 000	3 495 000	1 570 000	8 650 000
Totalt	7 170 000	6 990 000	3 140 000	17 300 000

14. Projektavgränsning

Projektet är helt fristående från Intresseföreningen Bergslagens ordinarie verksamhet och särredovisas som en egen och fristående resultatenhet.

15. Koppling till andra projekt/insatser

I de fem länen pågår ett antal affärsutvecklingsprojekt för små och medelstora företag inom ramen för kreativa näringar och ett antal lokala, regionala och riksomfattande mat- och livsmedelsprojekt. Bergslagssatsningens olika aktiviteter skiljer sig från dessa på den punkten att projektets påbörjade affärsnätverk utgår från affärnyttan av att kunna profilera sig via det unika i det industrihistoriska kulturarvet och ser det som en viktig del i sin affärsutveckling. Parallellt och i nära samverkan med Bergslagssatsningens aktiviteter sker riktade insatser i de fysiska miljöerna vid de bergslagshistoriska centrumen, vilka finansieras separat via Länsstyrelsernas ordinarie antikvariska medel. På den lokala nivån avsätter kommuner och andra huvudmän för respektive Bergslagshistoriskt centrum samt övriga intressenter såväl personella som ekonomiska resurser dels direkt till Bergslagssatsningen men främst till berört centrum.

De fem län som omfattas av Bergslagssatsningen arbetar aktivt med att stärka sina varumärken. De produkter och tjänster som utvecklas i satsningen ska tillföras det befintliga utbudet i området. Samverkan med de regionala turistorganisationerna och deras samarbeten med arrangörsled, både nationellt och även internationellt tillsammans med Visit Sweden, är viktiga för distributionen ut till konsument av de produkter och tjänster som utvecklas i Bergslagssatsningen. Turistorganisationerna har tydligt uttalat ett behov av fler nya produkter och tjänster från de industrihistoriska kulturmiljöer som omfattas av Bergslagssatsningen till sitt bokningsbara utbud för olika marknader.

Förutom aktivt deltagande från näringslivet via affärsnätverket kring bergslagshistoriska teman företräds näringslivet av regionala och lokala turistorganisationernas representanter i strategigruppen och i lokala arbetsgrupper.

Intresseföreningen Bergslaget har som ambition att i en samordnande roll och helt utanför projektets budget/finansiering koppla samman Bergslagssatsningens verksamhet och samverka med andra aktörers aktiviteter, program, stödformer i syfte att skapa synergieffekter,

kostnadseffektivitet och optimerade effekter. De samverkansmöjligheter som kan bli aktuella är exempelvis relevanta landsbygdsprogram inklusive Leader i Bergslagen, strukturfondsprogram t ex socialfond och Interreg samt övriga nationella regionala utvecklingsmedel som är aktuella i området och som hanteras av respektive regionförbund och länsstyrelse.

Riksantikvarieämbetet har fått i uppdrag att utveckla, samla och sprida goda exempel på hur kulturmiljöer i gruvorter kan tas tillvara och bli en viktig resurs för att främja attraktiva kulturmiljöer och bidra till ökad konkurrenskraft, sysselsättning och tillväxt inom gruv- och besöksnäringen. Gruvturismen är utpekad att ha potential för utveckling och därigenom kunna bidra till ökad tillväxt och fler arbetstillfällen. Tanken är att undersöka förutsättningarna för att i samverkan med Riksantikvarieämbetet (RAÄ) och övriga aktiviteter i denna plan utveckla befintlig gruvturism samt att samla och sprida kunskap om hur kulturmiljöer kan användas i besöksnäringen. Målet är att utveckla och öka turismen i Bergslagen.

16. Koppling till länens regionala utvecklingsstrategier - RUS mm

Länsstyrelsen Västmanland

Det regionala utvecklingsprogrammet för Västmanlands län 2014-2020 – Mångfaldsdriven tillväxt anger som ett insatsområde ”Stark regional attraktivitet”. Inom ramen för strategin ”Bevara, använda och utveckla länets natur- och kulturmiljöer” finns handlingsinriktningen ”Satsa på Bergslagens kulturmiljöer och turism”. Här utpekas särskilt Bergslagssatsningen – kultur och turism. Detta är helt i överensstämmelse med Europeiska kommissionens Kulturarvsstrategi för Europa.

I Kulturarvsstrategin framgår bl a att:

”Kulturarvssektorn måste även anpassa sin förvaltnings- och affärsmodeller och utveckla nya färdigheter genom samarbete med myndigheter, inte inom ramen för isolerade engångssatsningar, utan genom att göra tillvaratagande och bevarande av kulturarvet till en integrerad del i mer omfattande, långsiktiga utvecklingsplaner”.

Region Värmland

Värmlandsstrategin 2014 – 2020 pekar ut fyra områden som särskilt viktiga är en paraplystrategi som pekar ut vad som ska göras. Bergslagssatsningen etapp 2015 – 2017 har främst bäring på området ”Fler och starkare företag” genom fokuseringen på entreprenörskap med aktiviteter avseende produkt-, affärs- och tjänsteutveckling för att främja utvecklingen av nya och växande företag som utvecklar kommersiellt gångbara produkter och tjänster för besöksnäringen. Bergslagssatsningens insatser för Långbans Gruv- och Kulturby är också ett bidrag till genomförandet av Värmlands strategi för besöksnäringen: Värmland 2020 - en hållbar besöksnäring. Utvecklingen av Långbans industrihistoriska kulturmiljö bidrar inom temaområdet ”Kulturmiljöer som besöksmål”.

Slutligen har satsningen koppling till ”Värmlands kulturplan 2013 -2015” som skriver följande i avsnittet ”Besöksnäringen och kulturen”: *”Besöksnäringen är viktig för den framtida utvecklingen av Värmland. Ett rikt och levande kulturutbud samt väl underhållna och utvecklade kulturmiljöer är av stor betydelse för besöksnäringen”.*

Region Gävleborg

Bergslagssatsningen kommer att bidra till måluppfyllelsen inom målområdet Smart samverkan i Regional utvecklingsstrategi för Gävleborg 2013 – 2020 genom att öka antalet kvinnor och

män som är sysselsatta i små och medelstora företag, öka antalet startade företag av kvinnor och män samt bidra till att ökad överlevnadsgrad av startade företag av såväl kvinnor som män. Bergslagssatsningen är ett samverkansprojekt mellan medverkande aktörer från näringsliv, högskolor/universitet och offentlighet. Satsningen medverkar också till innovativ samverkan och lärande inom och mellan olika branscher och kunskapsområden.

Bergslagssatsningens aktiviteter ligger väl i linje med Strategin för de kulturella och kreativa näringarna i Gävleborg avseende bl a besöksnäringen, stärka företagaren och företagandet, kunskapsspridning och genom samverkan skapa tillväxt i och mellan branscher. En fortsatt utveckling av besöksnäringen, där en fortsatt utveckling av destinationen Järnriket inom Gävleborgs län, är strategisk för de planerade aktiviteterna som sker inom Bergslagssatsningen.

Region Dalarna

Bergslagssatsningen har bäring på Dalastrategi – Dalarna 2020 avseende visionen med exempelvis målbilderna om att Dalarna tar vara på landsbygdens attraktionsvärden och tillväxtpotential och ser sina unika natur- och kulturmiljöer som en tillgång för både lokal och regional utveckling. Bergslagssatsningen kommer också att bidra till att uppfylla målbilderna om en välkomnande och öppensinnad region där jämställdhet, mångfald och kultur är drivkrafter för tillväxt, sysselsättning och entreprenörskap.

Under vägvalet ”Livskvalitet och attraktionskraft” berör Bergslagssatsningen i första hand de prioriterade insatsområdena ”Ta tillvara på kulturen som tillväxtfaktor” och ”Vårda och utveckla natur- och kulturmiljöerna”. Under vägvalet ”Innovativa miljöer och entreprenörskap” berör satsningen främst insatsområdena ”Stöd forskning och utveckling” med bl a kunskapsmiljöer inom besöks-, kultur och kreativa näringar. Besöksnäringen är den bransch i länet som har högst andel sysselsatta.

Regionförbundet Örebro

Utvecklingsstrategin för Örebroregionen – ”The heart of Sweden” omfattar fyra utvecklingsområden.

Bergslagssatsningens effektmål har bäring på såväl utvecklingsområde 2: **”Innovationer och entreprenörskap”** genom att bidra till en god utveckling för entreprenörskap och näringslivsutveckling som utvecklingsområde 3: **”Lustfyllda möte och upplevelser”** refererar under rubriken ”Berättelser om Örebroregionen” till bland annat kulturarvet som spännande former av kulturturism.

Vidare har det regionala handlingsprogrammet för besöksnäring och turism för Örebroregionen 2014- 2020 som mål att:

- utveckla fler reseanledningar i destinationerna i regionen.
 - utveckla starka exportmogna destinationer som attraherar fler utländska besökare till regionen.
- Bergslagssatsningen bidrar till att uppfylla båda dessa mål.

Regionens kulturplan är nära kopplad till utvecklingsstrategin och handlingsprogrammet. Planen lyfter vikten av ett brett samarbete för att utveckla kulturarvsinformation ur genderperspektiv samt kulturmiljöernas potential för bland annat regional utveckling, jämställdhets- och integrationsarbetet. Bergslagsatsningens noder Pershyttan och Stripa nämns särskilt i planen som exempel på platser där barn, ungdoms- och mångfaldsperspektiv ligger till grund för utvecklingsarbetet.

17. Resultatspridning

Det löpande arbetet rapporteras till alla finansiärer via kvartalsvisa lägesrapporter. Strategigruppen erhåller dessutom information om projektläget i samband med gruppens arbetsmöten och rapporterar vidare till respektive organisation. Intresseföreningen Bergslagets elektroniska nyhetsbrev, som utkommer 3-4 gånger årligen, ger löpande information om hur Bergslagssatsningen fortskrider. Information om och från Bergslagsatsningen publiceras dessutom på Intresseföreningen Bergslagets hemsida www.bergslaget.se samt löpande nyheter och uppdateringar postas även på Facebook. Vidare kommer rapportering fortlöpande att ske i seminarieform, via workshops, informationsträffar och presentationer hos berörda målgrupper och nätverk. Effekterna av de insatser som genomförts vid de bergslagshistoriska centrumen ska via kunskapöverföring delges alla centrum som ingår i satsningen.

18. Resultat/utvärdering

Under år 2017 och fram till projektperiodens avslutning 2017-12-31 kommer fokus att ligga på resultatuppföljning och utvärdering av satsningen inkluderande uppföljning av sommarsäsongen 2017 vid de enskilda Bergslagshistoriska centrumen och berörda företag. Under 2017 kommer även fokus vara att överföra erfarenheter och ansvar till långsiktigt hållbara strukturer/nätverk i syfte att trygga fortlevnaden och långsiktigheten för de verksamheter som skapats genom Bergslagssatsningen. I denna process ingår också att identifiera lämpliga huvudmän för de verksamheter som kan vara aktuella att avknoppa från Bergslagssatsningen.

I resultatredovisningen avseende utvecklingen vid de Bergslagshistoriska centrumen är projektet i hög grad beroende av de lokala insatserna kring mätning av antal besökare och omsättning. Projektet behöver även lokal input för att kunna redovisa nya verksamheter och sysselsättningstillfällen.

19. Kommentarer till resultatindikatorer och effekter på sikt

Insatserna i satsningen ska ha gett ekonomiskt mervärde hos de entreprenörer och företag som medverkat och samtidigt bidragit till att de medverkande företagen har nått nya målgrupper och stärkt lönsamheten. Även de Bergslagshistoriska centrumen har ökat sina intäkter som därmed lett till ökade förutsättningar för dessa att fortsatt drivas vidare och utvecklas på egna meriter.

Det finns ett uttalat behov av forum för samverkan i t ex nätverk/kluster. Organisationsformer för nätverksträffar mellan de Bergslagshistoriska centrumens nätverk respektive de tematiska affärsnätverken och drift/underhåll av digital reseplanerare är etablerade. Det påbörjade arbetet med Tillgänglighetsdatabasen och den interkulturella kommunikationen gentemot nya målgrupper ska ha hittat former för att leva vidare av egen kraft.

Fler kommersiella produkter och tjänster finns på marknaden, exempelvis ska Bergslagens råvaror finnas på ett antal restauranger samt hos handlare och flera restauranger ska ha uppnått ekonomiskt mervärde utifrån Bergslagssatsningens aktiviteter. Tydlig nischning mot Bergslagens industrihistoria ska synas hos såväl kommersiella aktörer som i Bergslags-historiska centrum

Ett antal försäljningsled ska ha paket som utvecklats inom Bergslagssatsningen som innebär bokningar av reseupplevelser i Bergslagen via researrangörer och turistorganisationernas bokningsplattformar. Några profilpaket ska vara lanserade och resulterat i artiklar i rikspress.

På sikt räknar vi med att Bergslagssatsningen tillsammans med andra utvecklingsfaktorer i området ska ha bidragit till att sysselsättningen i besöksnäringen och företag som direkt berörs av besöksnäringens utveckling minst ska följa utvecklingen på riksnivå.

20. Riskanalys

-Ekonomi

Nationella offentliga medfinansiärer är fyra regionförbund och fem länsstyrelser, vilket ger projektet både bredd och styrka. En förutsättning för projektets genomförande är att länsstyrelsernas medel i likhet med tidigare etapper kan utbetalas i förskott. Projektägaren har ett eget kapital som vid behov kan fungera som likviditetsbuffert och har hittills inte vid något tillfälle utnyttjat bankkrediter för att säkerställa likviditeten. Projektägaren har kapacitet att göra regelbundna kvartalsredovisningar, vilket säkerställer ett fortlöpande inflöde av kapital till projektet. Parallellt och i nära samverkan med Bergslagssatsningens aktiviteter sker riktade insatser i de fysiska miljöerna vid de bergslagshistoriska centrumen, vilka finansieras separat via Länsstyrelsernas ordinarie antikvariska medel. Lokalt avsätter vidare kommuner men också huvudmän för respektive Bergslagshistoriskt centrum och andra intressenter såväl personella som ekonomiska resurser dels direkt till Bergslagssatsningen men främst till berört centrum.

-Projektets genomförande

Bergslagssatsningen Kultur och Turism var från början avsedd som en långsiktig satsning med intentionen att sträcka sig över en tioårsperiod, även om beslut om medfinansiering har fattats löpande under satsningens fortlevnad. Det konkreta arbetet inleddes 2007-07-01 och pågår till 2017-12-31.

Då Bergslagssatsningen inte äger de industrihistoriska miljöerna och inte har befogenheter att styra över den lokala utvecklingen, är satsningen i hög grad beroende av fortsatt nära samverkan med de bergslagshistoriska centrumen och deras huvudmän i den avslutande etappen.

Turistorganisationernas medverkan och samverkan gällande tillförande av kompetens kring marknader och målgrupper för anpassning av produkt- och tjänsteutbudet samt deras bokningsplattformar och samarbete med researrangörsled nationellt och internationellt är en mycket viktig del i affärsutvecklingen och i arbetet med att få ut produkter och tjänster på marknaden. För att satsningen ska lyckas krävs att turistorganisationerna medverkar i utvecklingen av turistiska produkter och paket och aktivt svarar för distributionen till skilda marknader.

Den gruvprospekteringen som pågår i Bergslagen innebär en utmaning att samordna gruvnäringens prospekterings- och brytningsambitioner med utvecklingen av Bergslagens kultur- och naturvärden. Satsningen i sig bygger på det historiska bergsbruket och bejakar samtidigt dagens näringslivsutveckling och därför kommer konflikter förebyggas genom en aktiv dialog med näringslivet.

Bilaga 1

Mångåriga kulturmiljövårdande insatser

De flesta av de Bergslagshistoriska centrumen är kulturmiljöer som allt sedan 1970-talet, och ibland ännu längre tillbaka, varit föremål kulturmiljövårdande insatser. Oftast genom den offentliga kulturmiljövården (Länsstyrelser, museer, kommuner, arbetsmarknadsåtgärder) men också från privat och ideellt håll. Absolut mest resurser har lagts på att vårda, d.v.s. hålla byggnader och andra anläggningar i ett sådant skick att de inte förfaller. På många av platserna rör det sig om stora och komplexa anläggningar. Detta har naturligtvis varit grundläggande för att överhuvud tagen kunna arbeta vidare med dem. Genom åren har också satsningar på pedagogiska insatser för att berätta om anläggningarna, deras funktion och livet omkring dem gjorts. Det rör sig om skyltar, trycksaker, webbinformation m.m.

Vilka platser som ”väljs ut” som kulturmiljöer varierar under olika tider beroende på en mängd olika faktorer; samhällsutvecklingen, bevarandeideologier, ny kunskap om ”glömda kulturarv” m.m. Därför finns i urvalet av Bergslagshistoriska centrum också några ”nya” miljöer som inte tidigare varit föremål för vare sig kulturmiljövårdens insatser eller t.ex. besöksmålsutveckling. De bedöms dock ha god utvecklingspotential.

Grunden för de flesta centrumen är alltså ett mycket långsiktigt engagemang från kulturmiljövårdens - och andras - sida. För en långsiktigt hållbar förvaltning av miljöerna räcker dock inte detta. Alla har de en ännu tämligen outnyttjad potential att fylla en bredare samhällsuppgift. I ett utvecklingsarbete som tillvaratar deras förutsättningar att attrahera stora besöksgrupper, företag som söker särskilda värden m.m. blir de mer angelägna i ett bredare samhällsperspektiv. Först då kan de ges långsiktigt hållbara förutsättningar för bevarande, användning och utveckling. Det är det som Bergslagssatsningen i grunden handlar om.

Bergslagshistoriska centrum - BHC

De utvalda platserna där uppbyggnaden av bergslagshistoriska centrum påbörjades bedömdes vara kulturhistoriska helhetsmiljöer av nationell och internationell dignitet och som speglade Bergslagens kulturhistoriska arv. Platserna hade, eller bedömdes lämpliga för, en utbyggd kulturhistorisk och turistisk verksamhet av hög kvalitet präglad av god mottagarservice. De industrihistoriska miljöer, Bergslagshistoriska centrum, som valdes ut av länsstyrelserna att ingå i Bergslagssatsningen är:

- Pershyttan Nora
- Stripa Gruva
- Långban
- Sala Silvergruva
- Norbergs Bergslag och Världsarvet Engelsbergs Bruk
- Grängesberg (Maskinhuset/Cassels Donation/Mojsen)
- Koppardalen Avesta - Verket
- Forsbacka Bruk
- Smedjebacken (Gamla Meken och Medium)
- Världsarvet Falun
- Ekomuseum Bergslagen
- Järnriket
- Husbyringen
- Degerfors (tema Bruksidrott)



Intresseföreningen Bergslaget

Bergslagssatsningen Kultur och Turism är ett samverkansprojekt där Intresseföreningen Bergslaget är projektägare och utifrån Riksantikvarieämbetets/Länsstyrelsernas förfrågan, sedan juli 2007, koordinerar och operativt utför arbetet.

Intresseföreningen Bergslaget är en ideell förening bildad 1995 med 23 kommuner, regioner och landsting i de fem länen Gävleborg, Värmland, Örebro, Västmanland och Dalarna som medlemmar. Intresseföreningen Bergslaget verkar för att öka attraktiviteten i hela den funktionella regionen Bergslagen. Intresseföreningen Bergslagets styrelse, som består av politiska representanter från medlemmarna, beslutade 2007 att svara för projektägarskapet under hela den tioåriga satsningen under förutsättning att finansiering säkerställs.

Historik - genomförda insatser

Bergslagssatsningen Kultur och Turism, etapp 4B 2015-2017, är en vidareutveckling av fyra genomförda etapper i satsningen:

Etapp 1 år 2007- 2008, med projektnamnet "Bergslagen - Historia och Framtid - samverkan för utveckling" var av förstudiekaraktär där varje bergslagshistoriskt centrum fick i uppdrag att göra en utvecklingsplan och förstudier genomfördes för att undersöka förutsättningarna för den planerade långsiktiga satsningen. Projektid: 1 år. Finansiärer: länsstyrelserna i Dalarna, Värmland, Gävleborg, Västmanland och Örebro samt EU:s regionala strukturfond/NUTEK. Ekonomisk omslutning: 2 000 000 kronor.

Etapp 2 år 2008-2011, med projektnamnet "Bergslagssatsningen Kultur och Turism", som handlade om utvecklingsarbete i och kring de bergslagshistoriska centrumen i form av behovsanpassade insatser för besöksmålsutveckling, som exempelvis tillgänglighet och värdskap/affärsutveckling. Parallellt arbetade projektet med tematiska upplägg, sk bergslagshistoriska teman, som exempelvis Måltid och Trädgård, Konst och Modernism för att bereda mötesplatser för entreprenörer och initiera etablering av affärsnätverk. Projektid: 3 år. Finansiärer: länsstyrelserna i Dalarna, Värmland, Gävleborg, Västmanland och Örebro, Region Dalarna, Region Värmland, Region Gävleborg och Regionförbundet i Örebro län samt EU:s regionala strukturfond/Tillväxtverket. Ekonomisk omslutning: 23 100 000 kronor.

Etapp 3 år 2011-09-01- 2014-03-31, som finansierades med nationella medel från fem länsstyrelser och regionförbund, fokuserade på att fortsätta produktutvecklingen vid de av finansiärerna särskilt utvalda bergslagshistoriska centrum till att bli kvalitativa besöksmål med god tillgänglighet.

Projektid: 3 år Finansiärer: länsstyrelserna i Dalarna, Värmland, Gävleborg, Västmanland och Örebro, Region Dalarna, Region Gävleborg, Regionförbundet Örebro län samt Värmlands museum.

Ekonomisk omslutning: 9 750 000 kronor.

Etapp 4a 2014-04-01 – 2014-12-31 som även den helt finansierades av nationella medel från fem länsstyrelser och regionförbund med hänsyn till att EU-strukturfondsprogrammen ej var operativa och sökbara under den aktuella projektiden 2014. Bergslagssatsningen har även under 2014 med begränsade ekonomiska medel lyckats genomföra planerade aktiviteter och prioriterat fortlevnaden av nätverken i syfte att med full kraft kunna genomföra den följande och avslutande etappen. Detta har genomförts i samverkan med insatser från lokala föreningar, Bergslagshistoriska centrumen och länsstyrelsernas medel. Etapp 4a beviljades under hösten 2014 förlängd projektid inom befintlig ekonomisk ram t o m 2015-03-31.

Projektid: 1 år

Finansiärer: länsstyrelserna i Dalarna, Värmland, Gävleborg, Västmanland och Örebro, Region Dalarna, Region Värmland, Region Gävleborg och Regionförbundet i Örebro län.

Ekonomisk omslutning: 2 400 000 kronor.

Bilaga 2 - Sammanställning över genomförda aktiviteter

Aktiviteter/insats

Workshops - 20 st

Resultat/effekt

Nätverk

Erfarenhetsutbyte

Kunskapsuppbyggnad

Träffas över läns – och branschgränserna

Produkter (tre gruvor – tre metaller)

Triple helix-samverkan

Affärsnätverk

Husmansbord Bergslagen

Måltid Bergslagen - 10-tal krögare träffades regelbundet för paketering och gemensam utveckling

Affärsutveckling - 12 företag i Järnriket

Seminarier/nätverk

Hantera nya hemsidor – Husbyringen,

Norberg, Stripa, Smedjebacken

Seminarium med återvinningsföretag kring anrikningsverket – Stripa Gruva

4 seminarier kring Bergslagens modernism-syftar till arkitekturturistiska produkter

Trädgård Bergslagen – seminarium och urval

av ca 8 trädgårdar/parker

Seminarium kring Medeltid Bergslagen –

Jernkontoret i Norberg

Konstrum Bergslagen

Strategiska dokument

(Vision, affärs- och utvecklingsplan, marknadsplan, PR-plan)

Utvecklingsplaner 14 BHC

Stripa Gruva/SKUAB

Smedjebacken/MEKEN

Långban

Norberg/Bergslagens Medeltidsmuseum

Västanfors Trädgård

Wij Trädgård/Valsverk

Axmar Bruk

Utredningar

Industrihistorisk turism

Världsarv i en kommun

Besökscentrum

Mångfald

Kommunikationsplan

Världsarvet Falun

Långban

Utvecklat koncept i produkter för en affärsutveckling

Degerfors

Avesta Verket

Meken

Grängesberg

Långban

Falu Koppargruva

Bergslagens Medeltidsmuseum

Wij Trädgård/Valsverk

Grängesberg/Maskinhuset

Förstärkt berättelsen i BHC	Högbo Bruk Mackmyra Bruk Wetterlings Yxsmedja Skultuna Wij Trädgård/Valsverk Pershyttan
Värdskap	Enskilda turismentreprenörer BHC Kommuner
Paket	Ett järn i Järnriket Konstrum Bergslagen
Tillgänglighet: Koncept/butik Besökscentrum	Sala Silvergruva Stripa Gruva Sala Silvergruva Husbyringen Världsarvet Engelsbergs Bruk(förslag)
Logistiklösningar	Högbo Bruk Pershyttan Grängesberg Axmar Bruk Avesta Verket
Digital tillgänglighet	Meken Husbyringen Bergslagens Medeltidsmuseum Långban Bergslagen – din reseplanerare
Tillgänglighetsdatabas	Ekomuseum Bergslagen
Förstärkt identitet Bergslagen	Urkraft, 2 nr Butikskollektion Karta - Måltid & trädgårdar Bergslagen
Gemensamma publikationer	Fram träder Bergslagen Bergslagens moderna mötesplatser Guide till Bergslagens parker och trädgårdar
Förankring hos strategiska partners	Spendrups Outokumpu Ovako Gävle Hamn Mackmyra Whiskey Skultuna Messingsbruk Tåg i Bergslagen 5 konferenscentrum/boendeanläggning
FoU-gruppen	Regelbundna möten med universiteten i Uppsala, Örebro och Karlstad samt högskolorna i Mälardalen och Dalarna