

Utvärdering av kulturmiljöprogrammet
Utsikt mot framtiden
Länsstyrelsen i Västernorrland

Sundsvall 2001-12-17

Evaluate AB
Arvid Höglund
Anna Lund

Innehåll

1	Inledning	4
1.1	Utvärderingsarbetets upplägning	4
2	Företagsidéer	5
2.1.1	Definition av kulturmiljöföretag	5
2.2	Intervjuerna med näringslivskontoren	6
2.2.1	Härnösand	6
2.2.2	Kramfors	7
2.2.3	Sollefteå	7
2.2.4	Sundsvall	8
2.2.5	Timrå	9
2.2.6	Ånge	10
2.2.7	Örnsköldsvik	10
2.3	Offentlig statistik	11
2.4	Företagsintervjuerna	11
2.4.1	Jan Bäckström	12
2.4.2	Kerstin Molander	14
2.4.3	Carl-Göran Hansson	16
2.4.4	Leif Markström	17
2.5	Kulturmiljöföretagen – tendenser och utvecklingsmöjligheter	18
2.5.1	Tendenser bland kulturmiljöföretagen	19
2.5.2	Utvecklingsmöjligheter	21
2.5.3	Förslag på kvantifierbara och mätbara indikatorer för uppföljning av det nya programmet	21
3	Kulturmiljöns betydelse för företagen.....	22
3.1	Företagens utnyttjande av kulturmiljön vid rekrytering	22
3.1.1	Platsannonser	23
3.1.2	Hemsidor	23
3.1.2.1	Kommuner och landsting	24
3.1.2.2	Större företag	24
3.1.2.3	Mindre företag	25
3.1.3	Rekryteringsmaterial	25
3.2	Metodologiska kompletteringar	25
4	Kulturarv och identitetsskapande	27
4.1	Tre kommuner	27

4.1.1	Kramfors kommun	27
4.1.1.1	Sammanfattning – Kramfors	29
4.1.2	Sundsvalls kommun	29
4.1.2.1	Sammanfattning Sundsvall	31
4.1.3	Örnsköldsviks kommun	31
4.1.3.1	Sammanfattning Örnsköldsvik	33
4.2	Kulturarv och identitetsskapande – slutdiskussion	33
5	Skola och folkbildning	35
5.1	Museiverksamheten	35
5.1.1	Maria Nordlund	35
5.1.2	Margareta Bergvall	36
5.1.3	Tina Johansson	37
5.2	Skolorna	38
5.2.1	Lucksta skola	38
5.2.2	Runsviks skola	40
5.2.3	Högoms skola	40
5.2.4	Uslands skola	41
5.3	Sammanfattande kommentar	42

1 Inledning

Evaluate har haft Länsstyrelsens i Västernorrland uppdrag att utvärdera delar av kulturmiljöprogrammet "Utsikt mot framtiden, del 1". Evaluate's uppdrag har gällt de delar av programmet som handlar om Företagande och Skola.

Från Evaluate har Arvid Höglund och Anna Lund deltagit i det direkta utvärderingsarbetet. Evaluate har även använt sig av två referenspersoner för att komplettera med nödvändig kompetens inom kulturmiljöområdet. Dessa referenspersoner är arkeolog Carina Öberg, Tyréns Infrakonsult i Sundsvall och fil lic Jonas Grundberg, bitr forskare vid arkeologiska institutionen vid Göteborgs universitet. Jonas Grundberg arbetar med frågor kring kulturarv, kulturturism och regional utveckling på uppdrag av E-tour, Mitthögskolan.

Carina Öberg har tagit del av vårt arbete och lämnat synpunkter vid en muntlig genomgång. Jonas Grundberg har tagit del av hela rapporten i oredigerat skick och har dessutom varit behjälplig med vissa kommentarer kring olika delar av utvärderingen.

1.1 Utvärderingsarbetets uppläggning

När det gäller området Företagande har vi i utvärderingen tagit fasta på tre områden nämligen Företagsidéer, Kulturmiljöns betydelse för företagen samt Kulturarv och identitetsskapande. Beträffande området Skola har utvärderingsarbetet gällt en beskrivning av dagsläget, en baslinjebestämning/nulägesanalys.

Syftet med denna rapport är bland annat att den ska kunna fungera som underlag för ett reviderat kulturmiljöprogram för Västernorrland. Inom vart och ett av de fyra områden som definieras i föregående stycke finns underlag och en sammanfattande diskussion som kan stödja utvecklingen av ett sådant program. Områdena är av olika karaktär och vi har därför inte bedömt det som produktivt att skapa en sammanfattande analys för hela rapporten.

Inom rapportens ram finns underlag för vad ett nytt program bör innehålla. Här finns också en diskussion kring hur utvecklingen på området kontinuerligt kan mätas. Slutligen innehåller rapporten en del förslag om hur man skulle kunna gå vidare med en fördjupad analys inom vissa områden.

2 Företagsidéer

Vi menade att det var väsentligt att undersöka i vilken utsträckning som idéer hämtade ur kulturarvet eller kulturmiljön leder till eller lett till bildande av företag. Vi bedömde att den lämpligaste inledningsmetoden för att till att börja med åstadkomma en kvantitativ beskrivning av området var intervjuer med företrädare för näringslivskontoren eller motsvarande i Västernorrlands kommuner. Näringslivskontoren har rimligtvis en bra överblick över företagandet i kommunen. Kontoren har dessutom kontakter med personer som är intresserade av att starta företag. Detta gör att man kan anta att de även har en överblick över vad som är "på gång" som företag.

2.1.1 Definition av kulturmiljöföretag

Inför intervjuerna gällde det inledningsvis att skapa en definition av vad som kan betraktas som ett "kulturmiljöföretag", d v s ett företag som bygger på idéer hämtade ur kulturarvet eller kulturmiljön. Som underlag för tänkandet använde vi oss dels av Nationalencyklopedins korta artikeln om kulturmiljövård, dels av de formuleringar som finns i "Utsikt mot framtiden".

För att i intervjuerna med näringslivskontoren inte gå miste om några goda förslag ville vi använda oss av en ganska vid bestämning. Det går med andra ord inte att säga att vi använt oss av någon entydig definition utan den vi använde var mer av åskådliggörande och exemplifierande art. Dessutom utvecklades "definitionen" under arbetets gång. Vi menar dock att detta inte innebär någon felkälla eftersom vi var i kontakt med samtliga respondenter ett antal gånger och menar att samtliga tagit del av definitionsdiskussionen i dess helhet.

I intervjuerna pekade vi till exempel på företag som arbetar med kulturmiljövård, liksom företag som använder sig av symboler ur kulturmiljön som dekoration av produkter. Likaså använde vi som exempel företag som arbetar med produktion av matvaror med lokal tradition. Vi menar dock att "platsen" måste ha sin betydelse i definitionen. Därför har vi menat att ett företag som till exempel tillverkar matvaror inte är ett kulturmiljöföretag, såvitt inte produkten eller produktionen bygger på något som har en länk till en lokal tradition.

Ett exempel på definitionens vidd är att vi även diskussionsmässigt använt "anda" för att åskådliggöra vad vi menar med kulturmiljöföretag: M a o har vi till exempel med respondenterna diskuterat om ett företag som till exempel arbetar i "Nolaskogsandan" kan betraktas som ett kulturmiljöföretag.

Vi måste betona att den förteckning vi åstadkommit innehåller såväl nya verksamheter som sådan som varit i gång flertalet år.

Ursprungligen var avsikten att titta på nya företag, men vi har gjort den bedömningen att detta skulle snäva in området alltför mycket.

2.2 Intervjuerna med näringslivskontoren

Intervjuer genomfördes därefter med företrädare för samtliga Näringslivskontor eller motsvarande i Västernorrlands kommuner. Intervjuerna gjordes per telefon förutom i Sundsvall där intervjun gjordes vid ett personligt besök. Samtliga intervjuer resulterade i kortare eller längre listor över företag eller verksamheter med anknytning till kulturmiljöområdet.

Vi har även varit i kontakt med ALMI för att få deras synpunkter. Vid telefonintervjun med dem lämnades inga förslag. För att underlätta deras idéarbete skickade vi via e-post en lista över de förslag som kommit från några av kommunerna och gav dem tillfälle att lämna synpunkter och förslag. Några sådana har inte kommit oss till del.

Samtliga respondenter på näringslivskontoren kontaktades flera gånger. I ett inledande samtal försökte vi enas om vad som kunde definieras som "kulturmiljöföretag". I ett andra och i vissa fall tredje samtal fortsatte denna diskussion och dessutom producerades en lista med förslag.

Intervjuerna var mycket öppna eftersom vi som ovan nämnts ville få mycket material, d v s så många förslag på företag eller verksamheter som möjligt. I flera fall hade respondenterna till att börja med problem att bestämma sig för vad som kan betraktas som kulturmiljöföretag. Ofta trodde man att det handlar om kulturföretag, d v s företag som sysslar med musik, teater eller konst. Efter ett resonemang där vi via exempel på vad man kunde tänka sig som kulturmiljöföretag åstadkom dock alla ett antal förslag.

Så gott som samtliga förslagslistor innehåller såväl företag som företagsidéer och mer allmänna verksamheter.

2.2.1 Härnösand

I Härnösand fick vi våra uppgifter från Gunnar Såthe på Näringslivskontoret. Hans förslag till kulturmiljöföretag i Härnösands kommun är:

- Stams Glas, Härnösand som arbetar med fönsterrenovering och restaurering
- Leif Markström, Bygg & restaureringskonsult
- Lars Nordin, Bygg & Konsult i Härnösand
- Villa Fridhem (Bygghytta). Sälstens Arbetscenter.
- Bruksmiljön i Viksjö.

2.2.2 Kramfors

I Kramfors kom uppgifterna via en intervju med Ulla Gustafsson på Näringslivskontoret. Hennes förslag till kulturmiljöföretag o Kramfors kommun är:

- Script-Ease Mediakultur, ett företag som arbetar med medieproduktion framför allt med inriktning på bygden och företagandet i bygden.
- Kramforsnickarna, ekonomisk förening som arbetar med möbelsnickeri.
- Berätta mera. Muntlig berättare som berättar sagor och sägner från bygden. Verksamheten bygger på gammal ångermanländsk berättartradition.
- Matproduktion. Bygger på bondesamhällets tradition. Främst gäller det tunnbrödsbakning, men det finns även andra produkter.
- Träbåten. Båtbyggare som bygger träbåtar enligt gammal ångermanälvsstradition.
- Damastvävning. Det finns ett par tre damastvävare i området.

2.2.3 Sollefteå

I Sollefteå intervjuade vi Mia Andersson på Näringslivskontoret

Hennes förslag till kulturmiljöföretag är:

- Lilltärnsjö Keramik som tillverkar keramik med hållristningsmotiv
- Näsåkers snickeri arbetar med fönsterrenovering
- Junsele Timmerhus
- Gålsjö Stiftsgård. Genuin Bruksmiljö. Gålsjö Kapell.
- Åsa Rockberg. Levande rörelse arbetar med dans och ungdomsverksamhet. Företaget samarbetar med företaget "Berätta mera" i Kramfors.
- Textilarkivet, Nipan.

I intervjun nämnde Mia Andersson även andra företag som med viss tveksamhet kan räknas till kulturmiljöföretag. De är:

- Ekonova - Mulleriket
- Kåtabyn i Junsele med äventyrsbana.
- Majoren. Galleriverksamhet och konstutställning.
- Håkan Westin Adventure. Verksamhet på Ångermanälven med timmerflottar och bastuflottar.

2.2.4 Sundsvall

I Sundsvall var Eva Groth uppgiftslämnare. Hennes förslag är följande:

- Fönsterrenoveringsföretag i Liden
- Slöjdare (det finns ett stort antal som finns förtecknade i en särskild broschyr gjord i samband med en inventering för ett par år sedan. Ett antal av dessa kan betraktas som kulturmiljöföretag)
- Den del av arkitekt Bertil Harströms företag som arbetar med byggnad av hus i gammal stil.
- Sulå Trähus bygger timmerhus
- Stig Högbom i Loböle, Stöde bedriver nischsågning av planktimmer och bygger planktimmerhus
- Norrlandsfönster i Torpshammar ingår Y-Wood-projektet.
- Anders och Berit Westfelt i Liden bedriver en verksamhet som kan betecknas som "Centrum för byggnadsvård – Liden". De bygger upp ett kontaktnät för hantverkare och håller också på att upprätta en gammal gårdsmiljö med trädgård.
- Järkvissle Trollby tar vara på kulturlandskapet. Kraftverksbygget resulterade i byggnationer och transport av jordmassor förde med sig nya växter.
- Sörfors Bruksmiljö (Jan Bäckström). Här finns en pub i den gamla smedjan och i en rovkällare har man byggt ett utrymme för vinprovning. Här bedrivs även kurser i timringsteknik och det finns även planer på att bygga upp en bruksgata med hus för hantverkare.
- Fiskelägena, exempelvis Löran, Galtström och Skatan med rökerier, restauranger etc.
- Österström. Olika verksamheter i gammal bruksmiljö.

Eva Groth pekade även på andra verksamheter som eventuellt kan inordnas bland verksamhet inom kulturmiljöområdet:

- Kanaan, Västmarken i Attmar. Årlig "marknad" med olika typer av aktiviteter. Revyframträdanden, tunnbrödsbakning etc
- Ovansjöparken, Matfors FP, Ånäsparken och Vårbacken i Nedansjö är genuina folkparksmiljöer
- Curt Agges Kulturpark i Gimåfors. Curt Agge tar till vara gamla jordbruksredskap som han använt som underlag för nya konstverk.

Via Nya Företag i Sundsvall har vi även fått förslag, några som kan betraktas som kulturmiljöföretag och några som är exempel på aktiviteter inom kulturmiljöområdet.

- Bengt Björklund i Matfors arbetar med husrenovering
- "Svartviksgruppen" har olika typer av verksamheter, renovering av gamla lok etc
- Sören Mårtensson i Stöde bedriver möbelsnickeri
- Thomas Nilsson i Nysäter har hovslageri och ev smide med lokal anknytning.
- Leif Norgren, Stöde, Upplevelseföretag kring Sandnässets Camping
- Lars-Erik Prim är murare och murar kakelugnar mm
- Camilla Rantamäki – silversmide
- Jerker Sjöström sysslar med fasadrenovering och byggnadsvård
- Solkällan i Indal är ett företag som arbetar med smide, åtminstone som en första idé
- Draken glass tillverkar glass och har "sundsvallsdraken" som symbol.

2.2.5 Timrå

I Timrå var Pia Lindberg uppgiftslämnare. Hennes förslag var:

- Träverkstan, Christer Wallin, Hamsta Gård Företagscentrum som arbetar med möbelsnickeri, 1700-tals, möbelrenovering etc
- Lunde Gård, Mikael Kühne, kulturgård, utbildning, antikviteter, historik mm
- Sörviksvillan, Kicki Blix, renoverad f d skola, specialhantverk m m
- Orsilgården Restaurang AB, driver personalrestaurang i Sundsvall, men bebod och hyr delvis ut Orsilgården
- Wifstavarfs Herrgård, John Kumerius, restaurang och hotell i gammal bruksmiljö, samverkar med Wifstavarfs Intresseförening
- Timrå Tryckshop AB, Dan Östlund, tryckeri och reklam, men har sidoverksamhet med traditionell knopbindning.

Andra verksamheter i Timrå som inte är företag, men verksamma med kulturmiljö är exempelvis: Lögdö Bruk, Åstöns museinämnd (fiske), Merlo Slott (SCA).

Dessutom finns ytterligare några företag med något av kulturmiljö-historisk-anknytning:

- A-Konsult AB, Kent Klingstedt, Hamsta Gård, byggnadsvård
- Tynderö Svamp, Maria Österborg, lokal livsmedelsproduktion
- Kultivera HB, Anita Sahlin, växtmiljö, offentlig miljö

- Vesterlunds Såg 6 Hyvleri, Kerstin Westerlund, Söråker, landsbygdföretagare med tung lokal anknytning
- Oskars Surströmming, Jan Söderström, Söråker
- Oxvikens Fiske & Salteri, Stig-Olov Boman, Söråker,

2.2.6 Ånge

I Ånge var vår uppgiftslämnare Håkan Andersson. Hans förslag var:

- Dan Andersén i Östavall sysslar med konsthantverk och bygger kyrkaltare
- Tree-T AB – transportlösningar inom järnvägsområdet.
- Vikarbodarnas snickerifabrik, Alby.
- Jonssons Timring HB, Finnsta, Fränsta
- Midwaggon AB reparerar järnvägsvagnar
- Danes verkstäder – ett av Ånges äldsta befintliga företag.
- Bengt Bysmed, Finsta, Fränsta.
- Abisekta ek förening som omfattar samtliga timmerhustillverkare.

Dessutom finns ett antal konstnärer och konsthantverkare i kommunen: Curt Agge. Lars Widenfalk, Unni Brekke, Dick Degerfeldt, Kicki Jeschke och Leif Wyöni.

2.2.7 Örnsköldsvik

Uppgiftslämnare i Örnsköldsvik var Jörgen Lundqvist.

Rent generellt har man i Örnsköldsvik en uppfattning av att "kulturturismen" blir mer och mer betydelsefull. De förslag som lämnades i övrigt var följande:

- Hjärte Design – Lintillverkning mm i Brynge
- Getosttillverkning i Trehörningsjö
- Gene Fornby. Omfattande verksamhet under sommaren. Vid jultid serverar man traditionell julmat i järnåldersmiljön.
- Verksamheter inom konsthantverk som arbetar med ursprungsprocesser och ursprungsprodukter
- Designföretag med lokal anknytning och lokalt ursprung
- Ekologisk odling
- Surströmmingsbranschen. Här finns flera tillverkare som håller liv i gammal tillverkning, inte för vinning utan för traditionens skull.
- Hellströms Päls

En intressant observation kan man göra beträffande Harjus Färghandel i Ö-vik. Harjus är ett familjeföretag som nu är inne på

femte generationen. Företaget drivs fortfarande i enlighet med de idéer som grundaren en gång hade. Detta kan sägas vara ett exempel på ett företag som bygger på en viss "anda".

Tillsammans omfattar listorna drygt åttio företag, företagsliknande aktiviteter eller andra verksamhetsområden. Många har en definitiv anknytning till kulturmiljöområdet medan andra har en mer lös anknytning.

I ett försök till kategorisering hamnar de flesta förslagen inom kategorier som hantverk, konsthantverk, restauration och byggnadsverksamhet. Det finns även flera verksamheter som kan beskrivas som kultur och miljö (till exempel bruksmiljöer.)

2.3 Offentlig statistik

I arbetet med att försöka åstadkomma kategoriseringar ville vi också undersöka om det finns något enkelt sätt, till exempel via offentlig statistik, att följa upp verksamheten. Detta gjordes via e-postkontakter med SCB.

SCB har omfattande register över företag och de kan följas upp på en mängd olika sätt; branschvis, storleksmässigt, via regional tillhörighet etc. Att följa upp kulturmiljöföretagen på detta sätt är dock knappast enkelt. Man kan via branschklassificeringar få listor över företagen inom de olika branscherna i länet. Dessa listor ger dock endast företagets namn och det är för det mesta inte möjligt att utifrån namnet utröna företagets verksamhet i detalj. Ett snickeriföretag med produktion av fönsterbågar kan till exempel ha restauration som en liten nisch och därigenom kunna betraktas som ett kulturmiljöföretag. Denna nisch märks antagligen inte i företagsbeskrivningen.

2.4 Företagsintervjuerna

Efter analys av förslagen från näringslivskontoren gjorde vi fyra besöksintervjuer. Vi intervjuade följande personer:

Jan Bäckström som är verksam i Sörfors med olika typer av verksamheter i och kring den gamla bruksmiljön.

Kerstin Molander, damastväverska i Nyland.

Carl-Göran Hansson (Kalle Snickare) som bedriver snickeriverksamhet i Offer, Undrom. Han är även med i Kramforssnickarnas Ekonomiska Förening.

Leif Markström på Leif Markström Bygg & Restaureringskonsult i Härnösand.

Respondenterna representerar olika verksamhetsområden och olika regioner. De ger även exempel på villkoren för kulturmiljöföretagen ur olika synvinklar. Jan Bäckströms anknytning till kulturmiljöområdet är relativt lös, men han är verksam inom ett geografiskt område som är mycket intressant ur kulturmiljösynpunkt. Han har dessutom lång

erfarenhet av att arbeta med egna företag. Kerstin Molander har en starkare anknytning till kulturmiljön samt har även en lång erfarenhet av arbete inom konsthantverksområdet. Carl-Göran Hansson har även han en stark anknytning till kulturmiljöområdet. Hans samband med Kramforsnickarna är också en viktig motivering för en intervju.

Leif Markström har en lång erfarenhet av arbete inom kulturmiljöområdet, både som anställd inom offentlig verksamhet och som egen företagare.

Intervjuerna genomfördes vid besök hos respondenterna.

Dokumentationen av intervjun gjordes via anteckningar, vilka sedan legat som grund för nedanstående fallbeskrivningar.

2.4.1 Jan Bäckström

I Sörforstrakten har Jan Bäckström intressen i ridanläggningen Nässets Ridcenter, Smedjan (en pubresturang) och ett minikraftverk. Han har i anslutning till puben även inrett en gammal jordkällare till lokal för vinprovning och whiskyprovning. Det senaste tillskottet till byggnationerna och verksamheten är en bastu på stranden till ån mellan sjön Vikarn och Marmen.

– Kultur och kulturmiljö är en lyxvara. Finns det gott om pengar kan man satsa på det. Titta på diskussionerna om E4-syd. Där kostar det för mycket att satsa på kulturmiljön och då skiter man i det. Tjänar man mycket kan man vara generös. Jag blev omskriven för att jag restaurerade de hus jag ägde i Sundsvall. Men förutsättningen för att jag kunde göra det var att jag tjänade pengar på fastigheterna. Och förutsättningen för ett uthålligt kulturlandskap är att det finns goda förutsättningar och möjligheter att tjäna pengar och försörja sig, säger Bäckström.

Jan Bäckström menar att förutsättningarna är sämre idag än de varit. Riskerna är stora för den som vill starta företag.

– Som företagare vill man i först hand överleva. När man klarat av det vill man tjäna pengar så att man kan investera, underhålla och bevara. Men tjänstemän och politiker har svårt att förstå villkoren för företagarna eftersom de för det mesta inte har personliga erfarenheter av villkoren för företagandet.

Jan menar att kraven på företagaren är mycket stora och att företagaren måste ha en massa kunskaper.

– Det rör sig om flera hyllmeter böcker som man i princip måste känna till innehållet i. I min verksamhet är miljöfrågorna viktiga. Jag har därför försökt sätta mig in i miljöbalken. Den är nästan omöjlig att läsa – den består mest av hänvisningar.

Jan Bäckström menar också att det många gånger är svårt att förstå regelverk och tillämpningarna. Själv har han fått bidrag till att inreda en källare till lokal för vin- och whiskyprovning, men inte fått något bidrag till bastubygget. Det senare på grund av att det inte ger några sysselsättnings effekter.

– Jag menar att det är kortsiktigt tänkt. På längre sikt skulle bastunge sysselsättning, kanske inte mycket, men ett viktigt komplement eller som en bisyssla och kanske ett embryo till något större. Vinstugan i kombination med bastun och ett planerat galleri i den gamla sågen kunde vara stöttande aktiviteter. Till detta kunde läggas en båtuthyrning eller liknande.

Företagandet som tradition

Jan Bäckström menar att arbete med ett eget företag har mycket med tradition att göra. Det är en känsla eller ett kunnande som överförs mellan generationer. Han menar att den känslan håller på att försvinna.

– I de nya generationerna finns inte viljan till det risktagande som företagandet innebär i dag.

Jan Bäckström anser att de största tillgångarna i Sörfors (och andra liknande orter) är den vackra naturen och att det är glest med folk. Det är faktorer som man kan dra nytta av. Men för att få fart på verksamheten behövs det basinvesteringar.

– Sörfors är ett av de finaste områdena i Sundsvalls kommun med en öppen, levande bygd. Det finns stora möjligheter här, men det behövs pengar. Jag skulle vilja bygga ett hotell i Sörfors, där SCA:s gamla lagård ligger. Inget stort hotell, 15-20 rum, men det skulle vara ett viktigt tillskott för företagandet. Hotellet är en nödvändig bas för många andra verksamheter, t ex inom turismområdet. Via ridningen skulle man också kunna dra folk till hotellet och det skulle också ge andra lokala effekter. Ett tyfäll som visar hur viktig en sådan investering kunde vara är Hassela Sportcenter. Trots alla problem ger den anläggningen faktiskt ett stort antal arbetstillfällen, menar Bäckström.

Ett hotell av den storleken och med en rimlig kvalitet skulle enligt Bäckström kosta ungefär 10 mkr att bygga. Om han kunde få 75 % i bidrag skulle han sätta igång bygget, men de pengarna finns inte att få fram.

Jan Bäckström menar att man genom en basinsats som ett hotell skulle kunna utvinna mer ur turismen. Fisket kan byggas ut, jakt likaså.

– Man kunde ha jakt- och skyttekurser. Det skulle kunna attrahera människor från storstadsregionerna. Och när de är här så kan de också ta del av andra verksamheter som svamp- och bärplockning. Dessutom kan de köpa lokalt producerade varor.

Många olika idéer

Jan Bäckström har många idéer till olika verksamheter i Sörforsområdet. En idé är till exempel att flytta några gamla bysmedjor till området nära puben.

– I dem kunde man inrymma olika aktiviteter som silversmide, smedja och en bagarstuga.

– Jag har också en hel del gamla åkdon och vagnar som skulle kunna vara basen till en körsektion inom ridklubben. På Sörforsdagarna som anordnas varje år har vi haft hästkörning. Detta skulle kunna utvidgas till körkapplöpningar t ex på vinterisen på sjön, ett sätt att återuppliva en gammal tradition.

Idéerna är många men att förverkliga dem kostar pengar. Jan Bäckström anser att det är svårt att driva verksamhet i Sverige.

– Det är mycket prat om att man ska satsa på företagandet, men inget görs.

På vårt ridcenter, som är en helt privat anläggning, omsätter vi nästan 3 Mkr, men det ger ingen vinst p g a skatter och avgifter.

2.4.2 Kerstin Molander

Kerstin Molander är damastvävare. Hon har tagit upp den lokala damasttraditionen, en gång som elev till den riksbekanta Emma Wiberg. Hon har sin kombinerade atelje- och utställningslokal 3 km norr om Bollstabruk, inte långt från Ytterlännäs kyrka. I ateljén tar hon emot besök från både enskilda och grupper under hela året. Hon säljer sina produkter i stort sett över hela världen och är uppmärksammad bland annat för de arbeten hon har gjort för Maria kyrka i Stockholm.

– Jag är den siste entusiasterna, säger Kerstin Molander. Den inkomst du får över på det här jobbet när allt är klart är så liten så det finns inga ungdomar i dag som är beredda att arbeta på det viset.

Vävningen har fascinerat Kerstin sen hon gick i realskolan. Hon lärde sig grunderna i vävning på Stöndars hushållsskola. Sen gick hon en utbildning till apotekstekniker och jobbade på apotek i några år. Därefter var hon hemma och skötte barn och kom ut i arbetslivet när barnen hade vuxit upp.

Det var lyckliga omständigheter som gjorde Kerstin till damastvävare. Hon hade börjat väva mer aktivt och på en utställning träffade hon damastväverskan Emma Wiberg som tittade på Kerstins arbeten och sa "Du ska väva damast". Sen gick det en tid och så ringde Emma och sa "Nu ska jag lära dig". En lärlingstid tog vid och slutet på den markerades av att Emma sa: "nu ska du sätta upp och väva en väv med 42 meter 28/1 lingarn." (28/1 lingarn är ungefär så tjockt som ett hårstrå, vilket gör uppsättning av väv och vävning mycket komplicerat.)

Kerstin Mo (som är Kerstins "varumärke") väver ofta sina damastvävar med handspunnet lin. Hon har vidareutvecklat damasttekniken och väver gärna i moderna geometriska mönster, vilka bär hennes egen design.

– Mina alster finns spridda över stora delar av världen. Till Katarina kyrka i Stockholm har jag komponerat och vävt samtliga altardukar inför nyinvigningen efter kyrkans återuppbyggnad -95. Det är det största uppdrag jag utfört, berättar Kerstin.

På eget initiativ och med egna insatser har hon och hennes familj byggt den kombinerade ateljén och utställningslokalen som ligger nära hennes bostad. Hennes produkter säljs i princip över hela världen, men det är ändå en mycket smal nisch. Det är inte fråga om någon slags serieproduktion utan allt tillverkas på beställning.

Kan traditionen föras vidare?

Kerstin återkommer till att hon är den siste entusiasten. Hon har besökts av ungdomar som är intresserade av verksamheten. De första frågorna från besökarna brukar vara hur mycket hon tjänar och hur mycket hon arbetar. Kerstins svar brukar avskräcka dem.

– Den där duken kostar 10 000 kronor säger hon och pekar på en duk som pryder ett av borden i ateljén. Den tar mig en månad att väva och det tar ungefär lika lång tid att sätta upp väven. Sen tillkommer tiden för den speciella tvättning och mangling som krävs. Noggrannhet är en dygd och inget dåligt lämnar min ateljé. Som du förstår blir det inte någon särskilt hög månadslön. Skatterna är också ett stort problem. Jag brukar säga att om jag hade lön som en lokalvårdare, då skulle ingen alls ha råd att köpa mina produkter.

Ett inslag i turismen

Kerstin berättar att hennes ateljé också är ett inslag i turismen i bygden. Hon tar emot både grupper och enskilda under hela året, men framför allt på sommaren.

– Den senaste sommaren var en ren katastrof för mig med flera besök som avbokades på grund av det dåliga vädret..

Marknadsstöd – försäljningsstöd – uppmärksamhet

Kerstin menar att grundförutsättningen för att kunna arbeta som hon gör är en man med inkomst och ett eget jävlaranamma.

– Det tar lång tid att utveckla kunnandet. Tekniken är ganska komplicerad och materialet är också svårt att "lära sig".

Kerstin menar också att det behövs support i form av marknadsstöd och försäljningsstöd. Det gäller principiellt för alla som arbetar inom kulturmiljön som för henne själv.

– Men det viktigaste är ändå att det finns ett positivt intresse från samhället i stort. Jantelagen är ett stort hinder för utveckling och uppmärksamheten i media kring lokala företag är väldigt dålig, menar Kerstin, som tycker att hembygden borde gynnas mera.

Produktutveckling nödvändig

Damastvävningen kanske inte har någon längre historisk förankring i bygden, säger Kerstin, men däremot har linodlingen det.

– Linet har många egenskaper som gör att det skulle kunna användas till andra produkter, till exempel som stoppning i bilsäten. Man kunde också använda linnelakan för "långliggare" på sjukhusen. Linet har sådana egenskaper att man kan undvika liggsår och andra problem, menar Kerstin Molander.

2.4.3 Carl-Göran Hansson

Carl-Göran Hansson ("varumärke" Kalle Snickare) driver ett litet snickeri i Offer, Undrom. Tillverkningen sker nästan undantagslöst på beställning. Han tillverkar bland annat fönster och dörrar till gamla hus som ska renoveras. Kalle Snickare är medlem i Kramforssnickarnas ekonomiska förening. Föreningen har ca 10 medlemmar och samarbetar kring tillverkning av Gustavianska möbler. I november ställde föreningen ut sina alster på en utställning i Bryssel.

På Vallen i Kramfors bedrivs utbildning i Gustavianskt hantverk/snickeri, tapetserarutbildning och utbildning av smeder. En nyckelperson förefaller Lars Sjöberg vara. Han är pensionerad intendent från Nationalmuseum och är djupt engagerad i projektet. Kramforssnickarna har bl a lånat modeller och möbler av honom som använts som underlag för produktionen.

– Jag känner inte till snickeriets tradition i kramforstrakten. Jag har inte bott här så länge, erkänner Kalle Snickare. Jag tror att det finns en tradition inom smide. Inriktningen mot Gustavianskt snickeri tror jag beror på Lars Sjöbergs intresse och initiativ.

Kramforssnickarna

– Jag har varit verksam i Offer sedan 1994. Jag inriktar mig på bra produkter med bra kvalitet. Det är inget IKEA-stuk, berättar Kalle.

Snickeriet, som håller till i en gammal Konsumbutik drivs som enskild firma. Förutom Kalle finns två delägare. Under vintern tillverkar Kalle möbler och under sommaren är det främst tillverkning av fönster.

Den ekonomiska föreningen Kramforssnickarna är bland annat ett försök att etablera en försäljningsorganisation. Kalle menar att han behöver hjälp att sälja och tror att många delar hans problem.

– För mig och många andra så gäller metoden mun till mun som marknadsföring, säger Kalle. Sen är det också problem med att få fram rörelsekapital; bankerna kräver stora säkerheter.

Kramforssnickarna är ett försök att bygga upp marknadsstöd och säljstöd. Ett bra exempel på liknande verksamhet är enligt Kalle det finska nätverket JUNET som säljer möbler över hela Europa. Nätverket bestämmer någon produkt som alla som deltar i nätverket måste tillverka. En gemensam organisation sköter försäljningen och försäljningen av basprodukten ger utrymme för annan tillverkning.

Ökad förädlingsgrad – utveckling av hantverket – bättre råvara

Man har enligt Kalle pratat mycket om att öka förädlingsgraden, men det är en idé som han menar inte fått något särskilt genomslag.

– Härifrån levereras det fortfarande virke till Skåne och Danmark som vi sen får köpa tillbaka som färdiga produkter.

Kalle menar också att det är viktigt att utveckla hantverket, Han anser att det egentligen inte varit någon hantverksutveckling sedan ångmaskinens tid.

– Men det tar tid att bli en duktig yrkesman, en bra snickare måste känna träet, och det går inte så fort.

– Kontakten med tapetserare, smeder och målare är viktig. Nätverksbyggandet är viktig uppgift för näringslivskontoret. För att få bättre utkomst kunde kanske också en utveckling av kompletterande sysselsättningar vara bra.

Högst på Kalle Snickares önskelista står bättre råvara.

– Det stjärnsågade virket som kom från Nova Wood var fantastiskt. Det var ett mycket bra initiativ; tyvärr har företaget gått i konkurs. Jag har fortfarande lite virke kvar från deras leveranser, men annars är det problem att få tag på virke av hög kvalitet.

2.4.4 Leif Markström

Leif Markström arbetar med byggnadsvård. Han är utbildad byggnadsingenjör och har tidigare arbetat på Riksantikvarieämbetets kontor som etablerades i Härnösand 1981. Sedan 1990 driver Leif ett eget företag med samma inriktning som på riksantikvarietiden. Leif arbetar med projektering, rådgivning och byggledning. Han samarbetar mycket med Länsstyrelserna och Läns museerna i Västernorrland och Jämtland.

– Huvuddelen av mitt jobb är mot offentliga beställare. Mot enskilda blir det endast när t ex länsstyrelsen blir beställare. Kyrkorna har traditionellt varit stora beställare hos mig, liksom SCA och kommunerna, berättar Leif.

I samband med restaurering av exempelvis en kyrka, sker den första kontakten med Läns museet. Därefter brukar Leif komma in som en kontakt. Församlingen vill restaurera och då gäller det i första hand att specificera problemet och därefter bygga upp ett restaurationsprogram. Därefter går man vidare för att få till stånd ett beslut om ansökan till kyrkofonden för Kyrkobyggnadsbidrag eller kyrkoantikvariskt bidrag.

– Sen gör man en kostnadsbedömning och därefter går en ansökan in i november år 1. Beslut kommer i september år 2 och pengarna kommer i år 3. Projektiderna blir därför omkring 3 år.

Leif menar att det krävs speciell kunskap och ett helt nytt tänkesätt jämfört med det perspektiv man lär sig inom byggutbildning.

– Varje objekt är unikt. Man kan inte använda byggnormerna när man jobbar med hus som är byggda under helt andra förhållanden, till exempel kyrkor som är byggda för 300-400 år sedan. Idag finns en önskan att bygga "underhållsfritt". Förr byggde man med tanken att det skulle underhållas i framtiden.

Plats för fler

När det gäller restaurationsarbete är Leif förvånad över att det inte finns fler som vill in i branschen. Han bedömer marknaden som bra.

– Det finns nästan 200 kyrkor i Härnösands stift.

Restaurationsbehovet ligger på tre kyrkor om året. Men det kanske inte är några stora pengar att tjäna i den här typen av konsultuppdrag. Man får se dem mera som förtroendeuppdrag, menar Leif.

Det behövs pengar för restaurationer och Leif menar att det måste finnas en beredskap att betala för kvalitet. Men priserna är ett problem – det går inte att handla upp restaureringsjobb till fasta priser.

– Men det är också ett mycket stimulerande arbete. Det gäller ofta att föra en tradition vidare. Det kan gälla både byggnation och målning; hur man täljer en stolpe eller blandar till färg.

Utbildning och nätverksbyggande

Leif menar att det är viktigt att tillgodose utbildningsbehoven inom branschen. De få företag som finns som måste stimuleras att utbilda sina anställda. Men utbildnings får inte ensidigt inriktas på hantverkarna.

– Vi måste också utbilda arbetsledare och chefer inom byggnadsföretagen. Både för att de ska få intresse för den här speciella inriktningen och se affärsmöjligheterna, men framför allt för att de ska få förståelse för de unika behoven av kunnande och utbildning.

Leif Markström är verksam i en branschförening, FIBOR, som är en rikstäckande intresseorganisation för konsult- och byggföretag verksamma inom byggnadsvård. Medlemmarna i FIBOR har stor och dokumenterad erfarenhet av kvalificerad restaureringsarbeten på kulturhistoriskt värdefulla byggnader. För att bli medlem krävs en dokumentation att man har jobbat och kan jobba med restaurering.

– Föreningen arbetar med nätverksuppbyggande och för att upprätthålla branschens intresse. FIBOR kan också fungera som remissinstans. Certifiering av byggnadsvårdsföretag finns internationellt, men i Sverige har man varit försiktiga. Men FIBOR kanske är ett steg på vägen mot en certifiering, menar Leif.

2.5 Kulturmiljöföretagen – tendenser och utvecklingsmöjligheter

I vårt uppdrag ingick "att identifiera och beskriva tendenser, främst gällande utvecklingsmöjligheter" inom de olika områdena Företagande och Skola och fortbildning.

Avsikten med fallstudierna är att låta några personer med anknytning till området komma till tals och ge sina synpunkter. Deras åsikter är kanske kontroversiella, men kommer ändå i detta sammanhang att stå oemotsagda. Det viktiga är att ge karaktär åt en beskrivning av

kulturmiljöföretagets villkor, peka på utvecklingstendenser och ge en grund för vidare diskussioner.

När det gäller tendenser beträffande utvecklingsmöjligheter vill vi inledningsvis redovisa de åsikter som framförts till oss av en av våra referenspersoner, Jonas Grundberg, vid arkeologiska institutionen vid Göteborgs universitet.

Enligt Jonas Grundberg, som forskar kring detta område både vid Göteborgs universitet och E-tour vid Mitthögskolan, är företagen generellt inte så många, men de börjar komma och har en potentiell utvecklingsbetydelse.

Jonas menar, när han fått tillfälle att yttra sig över våra resultat, att det generellt sett bör vara svårt och förenat med delvis magra resultat att undersöka ett fält som har det mesta av sin utveckling framför sig. Jonas Grundberg tror att kulturmiljöfältet kommer att behöva minst 5, troligtvis upp till 10 år på sig för att hinna utveckla någon större ekonomisk betydelse för lokal ekonomi/turism i Sverige. Han menar också att det dessutom är förenat med behovet av ett antal politiska beslut – att man vill utveckla tjänste- och serviceutveckling inom detta institutionellt dominerade fält (museerna) och satsa ekonomiskt på området i konkurrens med utveckling av traditionella näringsgrenar, teknologi och annat som kanske ligger närmre om hjärtat.

Jonas Grundberg säger vidare att tjänste-, service- och produktutveckling inom besöks- och turismområdet hitintills haft svårt att få gehör i Sverige. Detta trots att insatser på de områdena genererar en mängd arbeten till ganska låga ekonomiska insatser. Han menar att detta troligtvis beror på tjänste- och servicenäringens svaga ställning i Sverige, ett lågt uppskattande av "kultur" som resurs av något slag och alla konkurrens- och etableringshinder som finns, på den befintliga kultursektorn.

2.5.1 Tendenser bland kulturmiljöföretagen

Vi menar att man kan se följande tendenser bland de företag och verksamheter vi undersökt:

- Kulturmiljöföretaget är ett litet företag. De verksamheter som vi listat med hjälp av näringslivskontoren synes vara små, i allmänhet enmans- eller enkvinnföretag, ofta med en orientering mot hantverk eller konstnärlig verksamhet. I den utsträckning som företaget är ett tillverkningsföretag sker tillverkningen i allmänhet på beställning och aldrig i större serier. Lönsamheten förefaller vara ett problem. Samtidigt menar man att man inte har så stora krav, att arbetet i sig också är mycket givande.
- Det finns ett utpräglat kvalitetstänkande hos företagen. Det kunnande som företaget bygger på tar lång tid att utveckla och bygga upp och man menar också att det ställs stora krav på den som ska förstå, ta till sig och uppskatta företagets

produkter och tjänster. "Det här är inget IKEA-stuk", säger Kalle Snickare. Leif Markström berättar engagerat om hur viktig utbildning är för hantverkare, arbetsledare och företagsledare och pekar på vikten av arbetet med certifiering och auktorisation.

- Traditionen förefaller vara viktig. Det kunnande som företaget bygger på verkar också vara något som kanske inte förmedlas via reguljära utbildningsinsatser utan snarare, som i Kerstin Molanders fall, via trading. Jan Bäckström pekar också på traditionens stora roll, framför allt när det gäller engagemang i företagandet.
- Ett utmärkande drag bland kulturmiljöföretagen är den starka individuella drivkraften hos företagaren. Man känner i det individuella samtalet ett starkt personligt engagemang som kan vara svårt att förmedla via texten. Det individuella engagemanget spänner över ett vitt fält. Här finns känslan för det unika hos hantverket och materialet, men också känslan för kunnandet och respekten för traditionen. Här finns också engagemanget för platsen; Jan Bäckström ser stora möjligheter till intressant verksamhet i Sörfors till nytta både för honom och hans familj och för alla andra på orten. Samtidigt finns här också något av det utanförstående som man emellanåt möter hos småföretagaren; någon som ensam kämpar mot oförstående byråkrater och politiker utan att få ett positivt erkännande från media och samhället i stort.
- Företagets drivkraft kommer från den individuella företagaren. Han eller hon besitter ett särskilt kunnande inom ett speciellt område, men man förefaller ha problem med marknadsorienteringen, marknadsföringen och försäljningen. Både Kalle Snickare och Kerstin Molander antyder svårigheter att "komma ut", både för egen del och för kulturmiljöföretagaren i allmänhet.
- Man menar att "basinvesteringar" skulle vara till stor nytta. I Jan Bäckströms fall gäller det ett hotell som skulle vara ett viktigt nav i verksamheten på orten och för Kalle Snickare gäller det bland annat att man lyckas med uppbyggnaden av nätverket, den ekonomiska föreningen. Kerstin Molander synes ha ett bra kontaktnät och är väl känd, men skulle sätta värde på mer uppmärksamhet både för egen och andra småföretagares del. Leif Markström pekar på den viktiga i att lyfta fram restaureringsföretagen med hjälp av certifiering, auktorisation eller i vart fall uppbyggnaden av en intresseförening.
- Den delvis pessimistiska synen på framtiden förefaller också förena en del av dem. Kerstin Molander beskriver sig som den siste entusiasterna och Jan Bäckström tvivlar på den nya generationens vilja att ägna sig åt företagande.

2.5.2 Utvecklingsmöjligheter

När det gäller utvecklingsmöjligheter verkar Jonas Grundbergs åsikt att tjänste-, service- och produktutveckling inom besöks- och turismområdet hitintills haft svårt att få gehör i Sverige, åtminstone till del stämma på Västernorrland. I det ovan gjorda försöket till kategorisering hamnar de flesta förslagen inom kategorier som hantverk och konsthantverk. Inom kategorin tjänsteföretag som restauration och byggnadsverksamhet fanns färre exempel. Utifrån de svårigheter vi haft, bland annat i definitionsdiskussionerna med näringslivskontoren, tror vi att det mesta arbetet återstår att göra, både i att skapa uppmärksamhet kring kulturmiljön och att intressera människor för företagande inom området och se affärsmöjligheterna.

2.5.3 Förslag på kvantifierbara och mätbara indikatorer för uppföljning av det nya programmet

- En viktig indikator på utvecklingen av företagandet med en "bas" i kulturmiljöområdet måste vara antalet verksamma företag. En andra indikator är hur många människor som sysselsätts inom kulturmiljöföretagen. Målen kan därefter skrivas i mätbara termer, till exempel " antalet kulturmiljöföretag ska under tidsperioden öka med X procent och antalet sysselsatta i kulturmiljöföretag ska öka med Y procent" .
- En första svårighet som måste övervinnas i det sammanhanget är att åstadkomma en definition av vad ett kulturmiljöföretag är; en svårighet som vi även beskrivit i ovanstående text. En indikator måste därför också vara att man lyckas åstadkomma en definition som både är internt hållbar och externt kommunicerbar.
- Begreppsspridningen är ytterligare en indikator. Om det är viktigt att medvetenheten om kulturmiljön och dess möjligheter inom företagande sprids bland beslutsfattare inom företag och förvaltningar kan målet skrivas i mätbara termer, till exempel "kännedomen om kulturmiljöföretagande bland antalet individer i beslutsfattande position ska under tidsperioden öka med X procent" .
- Vi menar att också ansvarsspridning är en viktig indikator. Den sammanhänger med diskussionen om begreppsspridning. Vi menar att resultaten av intervjuerna både bland näringslivskontoren och företagarna visar på det individuella engagemangets betydelse. Det individuella engagemanget är naturligtvis viktigt, men måste också spridas bland flera för att utvecklings ska få fart. Ett mätbart mål kunde vara att åstadkomma ett genomslag för kulturmiljöbegreppet i kommunala utvecklingsplaner, till exempel " målet för tidsperioden är att samtliga kommuner i länet ska ha en särskild plan för kulturmiljöföretagandet i kommunen" .

3 Kulturmiljöns betydelse för företagen

När det gäller Kulturmiljöns betydelse för företagen sägs i programmet: "Kulturmiljön kan också vara en betydande tillgång för företag, t ex i samband med nyetableringar. En god livsmiljö är viktig för att medarbetarna ska trivas och för att företagen ska kunna rekrytera kompetent arbetskraft".

Den metod vi föreslog för att få en uppfattning om hur företagen ser på detta, var en analys av företagens rekryterings- och informationsmaterial. Under en period studerade vi därför rekryteringsannonser i den lokala dagspressen för att se i vilken utsträckning annonsörerna begagnar sig av kulturmiljön i text och bild. Rekryteringsannonserna ledde oss vidare till ett antal stickprovintervjuer med berörda företag.

3.1 Företagens utnyttjande av kulturmiljön vid rekrytering

Det är viktigt för företagen att rekrytera rätt personer. Lönekostnaderna är en stor post för företagen och att hitta rätt person som snabbt kommer in i sitt arbete och blir effektiv och produktiv är väsentligt. Många olika medel används för att utforma rekryteringsannonser och rekryteringsmaterial på ett sådant sätt att de rätta personerna känner sig lockade av att arbeta inom företaget. Många företag i Västernorrland bygger på kulturhistoriskt starka näringar och företagen verkar i en miljö som har påverkats av den västernorrländska kulturen. Frågan är i vilken utsträckning detta används i arbetet med att rekrytera ny personal.

För att besvara den frågeställningen gjorde vi en undersökning av flertalet företags rekryteringsmaterial. Vi studerade platsannonserna i de tre tidningarna i länet under tre veckor. Detta gjordes för att utröna om det finns några företag som aktivt använder kulturmiljön i grafik eller text för att locka ny personal. Liksom i diskussionen ovan kring Företagen och kulturmiljön använde vi en relativt vid definition av begreppet. Vi sökte efter referenser till exempel till traditionen inom trä-, papper- och pappersmasseindustrin som är gemensam för flera av länets kommuner. Vi sökte också efter referenser till vattenkraftutbyggnaden, en för oss påtaglig del av kulturmiljön i Västernorrland. Vi sökte naturligtvis också efter referenser till Stenstaden i Sundsvall och till lärdomsstaden Härnösand, Norrlands Atén.

Därefter kontaktade vi olika arbetsgivare för att ställa uppföljande frågor. Den fråga som ställdes till dem var om det förekommer något informationsmaterial som skickas till intresserade eventuella arbetstagare. Om sådant material förekommer har vi studerat detta med avsikten att hitta eventuella referenser till kulturmiljön, antingen grafiskt eller språkligt.

3.1.1 Platsannonser

Vad gäller de platsannonser som studerats är det ett mycket litet fåtal som innehåller referenser till kulturmiljö. De referenser till den plats där företaget är lokaliserat som finns är ofta av mer praktisk karaktär. Det geografiska läget och samhällets storlek finns med i ett antal annonser. Ibland finns även värdeutlåtanden som till exempel "Sollefteå är en liten stad med familjevänlig och trivsamt stämning, samt goda möjligheter till friluftsliv i en naturskön bygd." Citatet är taget från en annons angående en kyrkogårdsföreståndartjänst som Svenska kyrkan i Sollefteå utlyste. Detta sätt att uttrycka sig i annonser är relativt vanligt och anspelar i stora delar på naturmiljön. Det är däremot relativt ovanligt att kulturmiljön refereras i annonserna, vare sig i text eller bild.

Ett exempel på användandet av kulturmiljön är den symbol som finns i rekryteringsannonser från arbetsgivare i Kramfors kommun. Både kommunen och privata arbetsgivare använder en logotyp som innehåller en bild på Höga Kusten-bron, en brant sluttande klippa och texten "attraktiva Kramfors. Höga Kustens kommun". Logotypen kan ses som symboliserande en naturmiljö, med en bro och de karaktäristiska branta klipporna vid Höga Kusten. Den kan dock också ses som en symbol för den speciella kulturmiljö som finns vid Höga Kusten.

Ett annat exempel på kulturmiljö som en del av en rekryteringsannons är den text som finns i en annons angående en driftingenjörstjänst som Graninge utlyser. Där beskrivs företaget som "en kraftkoncern med anor från 1600-talet", vilket ger vissa kulturhistoriska associationer.

Entydiga referenser till kulturmiljö är dock mycket ovanliga och det verkar inte som om arbetsgivare i Västernorrland ser kulturmiljön som ett medel att locka personal i platsannonserna. Inspirationen till utformning av logotyper och texter hämtas från andra håll. Ett exempel är en annons med en klar kulturmiljökoppling som beskriver företagets nya symbol samtidigt som den utlyser tankbilschaufförstjänster. Den symbol som används i denna annons är en bumerang, som mycket tydligt tillhör Australiens kulturmiljö. Åtminstone i detta fall verkar arbetsgivaren inte ha sett Västernorrlands kulturmiljö som tillräckligt inspirerande för att hämta den nya symbolen därifrån.

3.1.2 Hemsidor

Många arbetsgivare hänvisar till sin hemsida i platsannonsen. Det kan antas att många presumtiva arbetstagare söker information om arbetsplatsen på Internet. På grund av detta valde vi ut några olika arbetsgivares hemsidor för vidare analys. Dessa har studerats för att utröna om det finns några referenser till kulturmiljö som används för att locka eventuella arbetssökande. De arbetsgivare som studerats delade vi därefter upp i kommuner och landsting, större företag och mindre företag.

3.1.2.1 Kommuner och landsting

Kommunernas officiella hemsidor innehåller en mängd information, riktad både till kommunens innevånare, turister och nuvarande och blivande arbetstagare inom kommunen. Dessa arbetstagare kan antingen ha kommunen eller något företag som är placerat i kommunen som arbetsgivare. Detta gör det komplicerat att avgöra vilken del av informationen som är avsedd för presumtiva kommunala arbetstagare. Det är dock troligt att intresserade personer tar till sig alla information på hemsidan, inte bara den som förekommer under rubriker som till exempel 'företagande'.

Det är dock ont om hänvisningar till kulturmiljön på de flesta kommunala hemsidor som studerats. Under de rubriker där det är mest troligt att en intresserad arbetstagare letar efter information om kommunen som arbetsgivare och bostadsort finns det endast enstaka exempel på kulturmiljöhänvisningar. Ett sådant exempel är Sundsvalls kommuns hemsida där näringslivssidan innehåller texten "från Industristad till Kunskapsstad". Detta exempel är dock relativt unikt och det verkar som om hänvisningar till kulturmiljön ses som hemmahörande på sidor som vänder sig till turister. Kulturmiljön verkar således inte ses som ett medel att attrahera arbetstagare.

Landstingets hemsida har ingen information om kulturmiljö i de texter som är avsedda för blivande arbetstagare och hänvisningar görs till de olika kommunernas hemsidor för information om länet. Landstinget har haft vissa problem med att rekrytera arbetstagare. Information om de förmåner som erbjuds arbetstagare inom landstinget finns tydligt angivet. Hade kulturmiljön setts som ett medel att rekrytera arbetstagare är det mycket troligt att information om kulturmiljön funnits i anslutning till dessa förmåner. Så är dock inte fallet och slutsatsen måste då dras att kulturmiljön inte ses som ett effektivt medel i rekryteringen av ny personal.

3.1.2.2 Större företag

De flesta större företag har en hemsida och många företag hänvisar i sina platsannonser till hemsidan. De flesta av de större företagen är dock multinationella och deras hemsidor är därmed internationella. Inte på någon av de engelskspråkiga hemsidorna går det att läsa om vad som är specifikt för arbetsplatsen i Västernorrland. Det verkar således som det för dessa företag är viktigare att ses som internationella än som knutna till den aktuella kulturmiljön.

Ett stort företag som utgör ett undantag är Granninge. De har en hemsida med en mycket centralt belägen länk till en sida som tar upp företagets historia och dess anknytning till kulturmiljön. Granninges hemsida är dock svenskspråkig och vänder sig därigenom inte till en lika internationell publik som de multinationella företagens hemsidor.

3.1.2.3 Mindre företag

Ett antal mindre företag har valts ut med hjälp av kommunernas näringslivssidor och dessa företags hemsidor har också studerats. Det kan tänkas att mindre företag, som bara har verksamhet inom Västernorrland, i högre grad än multinationella företag använder kulturmiljön för att attrahera medarbetare. Det verkar dock inte som om de mindre företagen betraktar kulturmiljön som mer intressant än de större företagen gör. Endast i undantagsfall nämns kulturmiljön och mycket sällan som ett skäl att söka arbete i företaget.

3.1.3 Rekryteringsmaterial

Det rekryteringsmaterial som har studerats kommer från kommuner och ett större företag. Något som är intressant att observera är att flertalet större företag inte har något speciellt rekryteringsmaterial utan säger sig hänvisa de arbetssökande till hemsidan. Dessa företag har internationella hemsidor och det är alltså svårt för arbetssökande att få någon information om den specifika arbetsplatsen och samhället där arbetsplatsen är placerad.

Det rekryteringsmaterial från företag som har studerats innehåller inga hänvisningar till kulturmiljön som argument för att presumtiva medarbetare ska söka sig dit. Fokus ligger istället på företagets höga kompetens, kvalitetstänkande och miljöhänsyn. Detta verkar vara områden som företaget ser som viktigare att framhålla än den kulturmiljö som finns i Västernorrland.

Kommunernas rekryteringsmaterial är mer omfattande än det företagsmaterial som är representerat i denna studie. Materialet täcker in flera områden. Det finns information som riktar sig till både till arbetstagare och företagare. Eftersom de ansvariga i kommunerna har uppgivit att det är denna information som går till presumtiva arbetstagare som är intresserade av kommunerna studeras hela materialet, även det som inte direkt riktar sig till arbetstagare.

Generellt kan det sägas att hänvisningarna till kulturmiljön är fler i kommunernas skriftliga rekryteringsmaterial än på deras hemsidor. Hur stor vikt som läggs vid kulturmiljön varierar, men det förekommer hänvisningar i materialet från alla kommuner som studerats. Tillsammans med andra områden verkar således kulturmiljön trots allt ses som någonting värt att framhålla när det gäller att locka arbetstagare till Västernorrlands kommuner. Det är möjligt att hemsidorna bör kompletteras för att visa detta.

3.2 Metodologiska kompletteringar

Den textstudie som gjorts av platsannonser, hemsidor och rekryteringsmaterial har påvisat ett relativt litet intresse för kulturmiljön som attraktionskraft för arbetssökande. Det är dock möjligt att intervjuer med ansvariga personer inom företag, kommuner och landsting skulle ha visat på en annan bild. Det kan finnas sätt att försöka attrahera arbetskraft som inte denna studie har

uppmärksammat. Dessa skulle kunna framkomma i intervjuer med ansvariga personer, som vet vilket arbete som genomförs inom området.

Genom att studera platsannonser sätts fokus på arbetsgivare som under just den period som studien pågår söker nya medarbetare. Antalet platsannonser som studeras blir också relativt litet. Detta kan innebära ett problem, men eftersom resultatet i denna studie är så tydligt kan det inte sägas ha inneburit ett problem i just denna studie. Mer problematiskt kan vara att fokus har legat på lokaltidningar. Detta är nödvändigt av praktiska skäl, men det kan tänkas att platsannonserna i lokalpressen skiljer sig från platsannonser som är införda i de större dagstidningarna eller i fackpressen. Eftersom annonser i lokalpressen vänder sig till personer som redan är bosatta i Västernorrland ses det kanske inte som meningsfullt att framhålla kulturmiljön som en anledning att söka det aktuella arbetet. Kanske skulle annonsen se annorlunda ut om den var införd i en tidning som inte enbart vänder sig till västernorrlänningar. Det är dock även möjligt att annonserna inte är olika beroende på vilken slags tidning de är insatta i. Detta måste klargöras i senare undersökningar.

Metoden att studera hemsidor och rekryteringsmaterial utesluter många mindre företag. Många medelstora företag har hemsidor, men de flesta har inte något material som de skickar ut till potentiella medarbetare. Intervjuer är nödvändiga för att studien även ska inbegripa mindre företag och hur de ansvariga inom dessa företag resonerar kring kulturmiljön som ett argument när nya medarbetare ska övertalas till att arbeta inom företaget.

Denna studie fokuserar på arbetsgivarna vilket kan ses som nödvändigt i ett första steg. Det kan dock även vara viktigt att studera arbetstagare för att få fram deras syn på kulturmiljön som attraktionskraft. Detta skulle kunna göras genom en intervju- eller enkätstudie av nyblivna arbetstagare inom olika företag.

4 Kulturarv och identitetsskapande

Två av länets kommuner, Sundsvall och Örnsköldsvik är i inledningsskedet av arbeten som enligt vår bedömning tar fasta på vad denna del av utvärderingen handlar om, nämligen vad som är en orts eller regions "anda" och hur man bygger upp eller påverkar den. Även i Kramfors kommun pågår ett sådant arbete. Denna verksamhet kommer att pågå under en lång tid i kommunerna varför det känns som en naturlig åtgärd att undersöka hur kommunerna ser på arbetet och möjligen ge en grund för ett samarbete.

Vi har på olika sätt intervjuat personer som är engagerade i detta arbete i kommunerna för att få värdefull information samt skapa ingångar för ett fortsatt utvärderingsarbete.

Även i denna del av utvärderingen har Jonas Grundberg lämnat analytiska synpunkter på de intervjuer som gjordes i Sundsvall och Örnsköldsvik.

4.1 Tre kommuner

4.1.1 Kramfors kommun

I Kramfors hade vi kontakt med Ulf Breitholz som är ansvarig för arbetet med utvecklingstrategin för Kramfors kommun. Utvecklingsstrategin har rubriken "Framtidsbygge för balans och harmoni". Vi har endast haft tillfälle för en mycket kort telefonintervju med Ulf Breitholz. Därefter fick han ta del av några översiktliga frågor kring "anda" och "tradition". Ulf avböjde vänligt att svara på dessa frågor via e-post eftersom han anser dem alltför omfattande för att kunna ge relevanta svar via mail. Han menar också att det för övrigt inte finns några entydiga svar på frågor av denna karaktär. Han är öppen för vidare kontakter och skickade oss även strategiprogrammet som vi därefter översiktligt analyserat.

Framtidsbygge för balans och harmoni. Utvecklingsstrategi för Kramfors kommun.

Det material vi fått ta del av är relativt omfattande. I inledningen säger man bland annat: "Föreliggande dokument är tänkt att utgöra en plattform för det egna utvecklingsarbetet och en modell för att på ett konstruktivt sätt kanalisera det engagemang som finns på många håll". I dokumentet finns såväl beskrivningar av utvecklingsarbetets kopplingar en till övergripande regionala/nationella ambitioner, som utförliga omvärldsanalyser samt målen för utvecklingsarbetet i olika delar.

Vi har studerat dokumentet översiktligt för att se om där finns några referenser till kulturarvet, kulturhistorien, kulturlandskapet eller kulturmiljön.

Det finns ett antal hänvisningar som vi här redovisar som citat.

I inledningen (sid 3) skriver man: "Från att en gång ha varit centrum för Europas trä-, pappers- och massaproduktion med mängder av industrier, mängder av människor, liv och puls, för kommunen nu en mer undanskymd tillvaro i konkurrens med ett stort antal orter med liknande problem."

I analysen (sid 5) skriver man: "Den gamla industri- och brukskulturen har medfört att incitamentet för högre utbildning har varit lågt".

I beskrivningen av EuroFutures omvärldsanalys citerar man ur konsultföretagets rapport bland annat följande: "Fortsätt med det traditionella näringslivsarbetet som fungerar bra". "Glöm inte den sociala miljös betydelse. Människor flyttar inte bara till ett jobb utan till en plats där man trivs".

I sammanfattningen av Visionen (Avdelning 4) skriver man följande: "Med omvärldsanalysen som utgångspunkt har en vision i ett 10-årsperspektiv utarbetats för Kramfors kommun. Målbilden är en kommun i balans i alla väsentliga avseenden: Befolkningsstruktur, näringslivsstruktur, samhällsekonomi, arbetsmarknad, kommundelar, samhällsservice, livsmiljö och regional identitet". (Vår understrykning).

I avsnittet 6. Profilmråden där man bedömer strategiska arbetsområden och möjliga tillväxtpotentialer skriver man: "Bedömningarna grundar sig på geografiska och traditionella/historiska förutsättningar och / eller redan gjorda landvinningar". (Vår understrykning).

I avsnittet om Höga Kusten skriver man följande: "Sedan tidigt 70-tal har Kramfors kommun, MittSverige Turism, Länsstyrelsen och många andra aktörer, inte minst turistnäringen, arbetat för att lansera Höga Kustens natur- och kulturvärden för att göra området till den turistmagnet det borde vara." (Vår understrykning.)

Under rubriken Centrum Träkultur (sid 10) skriver man: "Produktion av trävara är den historiska grunden för industrialiseringen i Kramfors och i regionen. Det har därför länge ansetts att vidareförädling av trä borde spela en större del i vårt näringsliv".

Under rubriken C. Livsmiljö (sid 14) skriver man: "Under senare tid har insikten väckts – vilket också påtalas i Eurofutures omvärldsanalys – att människor inte bara flyttar till ett arbete utan också till en plats där man trivs". Platsens betydelse påpekas även i bilagan till Utvecklingsstrategin där man skriver följande: "Under flera decennier levde Kramfors kvar i resterna efter det gamla industrisamhället. En vändning initierades med insikten att människor inte bara flyttar till ett arbete utan kanske framför allt till en trivsamt plats. Det är anledningen till att livsmiljö och sociala värden på senare tid har prioriterats."

4.1.1.1 Sammanfattning – Kramfors

De citat vi valt i Utvecklingsstrategin som visar på referenser till kulturarvet, kulturhistorien, kulturlandskapet eller kulturmiljön är kanske inte många, men ändå viktiga. De pekar på en ambivalens som antagligen är naturlig. Dels ser man kulturen och historien som en belastning, dels som en fördel och inspirationskälla. Man skriver om en ort som en gång var ett centrum i Europa, men som i dag har en undanskymd plats. Vidare beskriver man också hur en rådande kultur påverkat till exempel intresset för högre utbildning i negativ riktning. Samtidigt pekar man på industrihistorien (produktionen av trävara) även som en grund för delar av den kommande industriella utvecklingen. Det finns även ett antal referenser till platsens betydelse som en faktor bland annat i rekryteringssammanhang. Det är också intressant att notera att de händelser i områdets historia som haft en avgörande betydelse för den politiska utvecklingen i Sverige ("Ådalen 31") inte märks överhuvudtaget i de material som vi kommit i kontakt med.

Framför allt har dock det analyserade materialet en påtaglig framtidsinriktning, vilket är naturligt och självklart med tanke på att det är fråga om en utvecklingsstrategi.

4.1.2 Sundsvalls kommun

I Sundsvall bedrivs ett arbete inom Marknadsföringsavdelningen inom kommunstyrelsekontoret som handlar om "Sundsvallsandan" och vad man kan göra för att påverka den. För närvarande pågår ett kartläggningsarbete där man bland annat via olika typer av intervjuer försöker utröna hur "Sundsvallsandan" ser ut idag för att i ett senare skede formulera budskap som kommuninvånarna ska kunna ta till sig.

Vi har via e-post skickat några frågor kring detta som besvarats av Marie Israelsson.

Vår första fråga handlade om traditionens betydelse:

Evaluate: Vilken roll spelar traditionen när man diskuterar och bestämmer sig för viljeinriktningen?

Marie Israelsson: Traditionen spelar en viss roll beroende på målgruppen som marknadsföringen riktar sig mot. Anledningen är att en tradition bryter man inte så lätt. Då är det bättre att först identifiera dessa och anpassa sina budskap så att målgruppen ändå tar till sig det och känner igen sig i budskapet. Man kan säga att istället för att bryta en tradition drar man nytta av den. En tradition kan ge en grupp trygghet, gemenskap och en vi-känsla.

Att Sundsvall har varit en bruksort och arbetarstad kan vi se genom att göra kopplingar ända tillbaka till 1600talet. I broschyren "Sundsvall i perspektiv" som är en del av Sundsvalls kommuns marknadsföringsmaterial, görs kopplingar från historien till nutiden och framtiden. Redan på 1600-talet hade staden utvecklingsplaner som beskrev hur staden skulle arbeta för att nå framgång. Även idag

tar vi upp saker i vår nuvarande utvecklingsplan som i princip är samma saker som stod i planen för fyra hundra år sedan.

Vi frågade därefter vidare kring "andan".

Evaluate: Bestämmer man sig för att den "gamla" andan är fel och skapar en "ny", eller finns det delar i den gamla andan som "går att använda"? I så fall, vilka delar är det?

Marie Israelsson: Som vi ser på en anda så är det något som har skapats och formats under en lång tid. Visst har attityder och åsikter ändrats under den tiden, men vi tror ändå att den mentalitet som finns i dag är något som ligger kvar sedan länge. Andan är en del av stadens identitet. Därför försöker vi inte skapa en "helt ny anda". Däremot försöker vi identifiera andan för att lättare kunna forma budskap som sundsvallsborna kan ta till sig och sprida vidare.

Evaluate: Vilken roll spelar kulturmiljön i kommunens marknadsföring?

Marie Israelsson: För att nå bästa möjliga resultat med marknadsföringsinsatserna måste målgrupper identifieras. Sundsvalls kommun har identifierat följande målgrupper: Investerare/etablerare, Potentiella inflyttare (inklusive studenter), Sundsvallsborna, Privatturism och Affärsturism. Målet med all marknadsföring är att öka invånarantalet i Sundsvall. För att nå de olika målgrupperna koncentreras budskapen till dem kring några nyckelord för respektive målgrupp.

En ny investerare tittar t.ex. inte i första hand efter huruvida de befintliga företagen i staden jobbar och känner för sitt kulturarv.

Men visst har kulturmiljön betydelse. Ett exempel på ett kulturarv som är starkt i Sundsvall är skogen. Skogen har alltid betytt mycket för Sundsvall i olika skepnader. På 1800-talet forrade man timmer till Sundsvall på älvarna och nu forskar man i vilka möjligheter som finns i träfibrer för att göra "smarta förpackningar" och liknande. Ser man kulturmiljön som fysiska platser lyfts stenstaden och pittoreska fiskebyar i marknadsföringen.

Men att lita på att kulturmiljön leder till utveckling och expanderings av en stad är allt för vidlyftigt. Det krävs betydligt mer konkreta åtgärder och mål för att främja näringslivet som är en viktig beståndsdel i utvecklingen av Sundsvall.

Avslutningsvis ville vi se om man bedömer att det finns en specifik "Sundsvallsanda" och hur man bedömer den.

Evaluate: I länsstyrelsens program talar man om "begrepp eller karaktärsdrag att samlas kring, begrepp som kan skapa både visioner och framtidstro" och tar Nolaskogsandan som jämförelse. Finns det något motsvarande positivt i "den gamla sundsvallsandan"?

Marie Israelsson: Sundsvallsborna trivs i sin stad. De känner livsglädje och framtidstro. Sundsvall är hemma. Sundsvall är närhet. Närhet till staden, hemmet, skogen, bergen, jobbet, havet, ja, det är nära till

allt. Sundsvall är staden mellan bergen. I Sundsvall hjälper man varandra. Dessa är begrepp som sundsvallborna känner igen och står för. Dessa kan vi alltså använda i arbetet för att stärka sundsvallsbornas stolthet av staden.

4.1.2.1 Sammanfattning Sundsvall

Eftersom man i Sundsvall är i inledningen av arbetet har man kanske inte så påtagliga resultat att peka på. Det är dock intressant att se att man resonerar i termer av tradition och historiska perspektiv samt även har ett tänkande kring kulturmiljöns betydelse. Sedan flera år är ju dessutom den intressanta "Stenstaden" i Sundsvalls centrum ett väsentligt inslag i kommunens marknadsföring. Det är också intressant att det även finns ett tänkande kring platsens betydelse och man resonerar gärna kring de kvaliteter som staden Sundsvall har. Det är också märkbart, åtminstone i detta specifika material, att den miljö och kulturmiljö som finns i kommunen har i övrigt, inte förefaller ha så stor betydelse.

Det har sedan länge i olika sammanhang förts en diskussion i Sundsvall om "bruksandan" och den hämsko på utvecklingen som den utgör. Av denna diskussion märks dock ingenting i det material som vi studerat.

4.1.3 Örnsköldsviks kommun

I Örnsköldsvik diskuterade vi frågorna med Fredrik Holmgren som är projektledare inom Vision 2008. Vision 2008 beskrivs kort på kommunens webbplats på följande sätt:

"Vision 2008 är ett omfattande utvecklingsarbete i Örnsköldsviks kommun och ett steg mot en bättre framtid. I projektet har representanter från kommunen, näringslivet och intresseorganisationer formulerat visioner om framtiden och satt upp mål för kommunens utveckling. Kreativitet och framåtanda ska skapa en positiv utveckling som placerar Örnsköldsvik bland framtidens vinnare.

Huvudmålen

Huvudmålen med projektet är att det fram till år 2008 skapas 2 000 nya arbeten i Örnsköldsvik och att kommunen vid samma tidpunkt uppvisar en nettoinflyttning, d.v.s. att det är fler som flyttar in i kommunen än som lämnar den.

Nu är planeringsfasen över och den spännande genomförandefasen inleds. Där behövs alla kommuninvånarens engagemang och idériakedom."

Eftersom Nolaskogsandan tas som ett exempel i Kulturmiljöprogrammet tyckte vi att det skulle vara intressant att se i vilken utsträckning den och kulturmiljön i övrigt spelar någon roll i kommunens arbete med visioner för framtiden. Vi diskuterade frågorna i en telefonintervju med Fredrik Holmgren och han fick därefter tillfälle att svara på några frågor via e-post. Dessa frågor var i

princip de samma som ställdes till de som arbetar med utvecklingsprojektet i Sundsvall.

Fredrik menar som Ulf Breitholz i Kramfors att frågorna är av övergripande karaktär och bättre skulle passa i en vanlig intervju än en fråga-svar intervju via e-post.

Evaluate: Vilken roll spelar traditionen i Vision 2008 ?

Fredrik Holmgren: Nolaskogsandan är definitivt en tradition som vi vill ta med oss i visionsarbetet. Bröderna Hägglunds devis "kan dom så kan vi" symboliserar lite av detta. Detta har resulterat i en mängd småföretag, 2700 st. Detta påverkar givetvis inriktning på vårt arbete.

Evaluate: Bestämmer man sig för att den "gamla" andan är fel och skapar en "ny", eller finns det delar i den gamla andan som "går att använda"? I så fall, vilka delar är det?

Fredrik Holmgren: När vi bestämde viljeinriktning utgick vi bl a från en väldigt seriös SWOT-analys. Vi hade en konsult som intervjuade 300 företag+300 kommuninnevånare+300 studenter. Med detta som underlag funderade vi på inriktningen. Givetvis påverkar dock traditionen arbetet. Hägglunds är ett av de stora företagen på orten och arbetar med hydraulik, detta medförde säkert att en sk stödjepelare för utvecklingen var hydraulik. Vi har även en stor och duktig industri kring skog & papper vilket påverkade att två andra stödjepelare blev etanol samt digital tryckteknik.

*Sammanfattningsvis har vi utgått från vår basindustri och tittat på dess traditioner och försökt hitta **NYA** utvecklingsområden utifrån basen. SWOT-analysen har givetvis gett oss en riklig källa att utgå ifrån när vi pratat framtidsfrågor. I december kommer vi att göra en omfattande attitydundersökning där vi ytterligare skall ta reda på boende samt utflyttades attityder till Örnsköldsvik. Svaret kommer att ligga till grund för dels marknadsplanen men även som ett underlag för nästa ansökan till EU.*

Evaluate: Vilken roll spelar kulturmiljön i kommunens marknadsföring?

Fredrik Holmgren: Historiskt lite men en attitydförändring är på gång inom kommunens ledning samt inom 2008. Vi diskuterar just nu olika projekt som handlar just om att optimera kulturutbudet och marknadsföra detta på olika sätt.

Evaluate: I vilken utsträckning tycker du att "Nolaskogsandan" finns med i ert arbete med Vision 2008?

Fredrik Holmgren: Devisen för 2008 är "Tillsammans men med ett eget engagemang" Därigenom har vi försökt spinna vidare på det gamla där var och en är sin egen lyckas smed kombinerat med ett samarbete mellan kommunens innevånare, företag samt politiker. Eftersom det är ca 500 personer engagerade i projektet på ideell basis har vi kommit en bit på väg. Vi tar saken i våra egna händer och väntar inte på någon näringsminister som skall komma med

stödpengar eller annan konstgjord andning. Vi samlas, kreerar idéer, förädlar samt paketerar och försöker slutligen hitta intressenter (företag, org, kommun mfl) som vill ta över stafettpippen och gå från vision till verklighet.

Fredrik Holmgren kompletterade senare sitt svar med ett e-postbrev där han gav några exempel på "Nolaskogsandans" livskraft och betydelse i dagens Örnsköldsvik.

"En liten notering jag gjort som kan vara ett arv är att i Örnsköldsvik finns en folklig trend mot de stora fusionerna mellan företag. Vi har t ex en mycket framgångsrik lokal Sparbank (Sidensjö Sparbank) som växer med ca 600 kunder/år vid sidan om den stora Föreningsparbanken. Konsum Örnsköldsvik är en egen liten konsumentförening mittemellan de STORA föreningarna i Umeå samt S-vall. Vidare är OK en egen förening som inte tillhör den stora bensinkedjan, förutom logo, kampanjer mm. Alla dessa tre är både framgångsrika lönsamhetsmässigt men även avseende medlemsantal och lokal förankring. Jag tror att även detta har att göra med "nolaskogsandan" eller det kulturella sammanhanget."

4.1.3.1 Sammanfattning Örnsköldsvik

Av Fredrik Holmgrens svar framgår att åtminstone "Nolaskogsandan" är ett inslag i det visionsarbete som genomförs i kommunen. På grund av frågeinriktningen har möjligen utrymmet för att diskutera andra kulturmiljöfaktorer begränsats. Det kan möjligen utläsas av något av svaren att det finns ett intresse för att fördjupa arbetet även kring dessa faktorer.

4.2 Kulturarv och identitetsskapande – slutdiskussion

Huvudsyftet med denna del av utvärderingen var att få information om hur och i vilken utsträckning "kulturarv och identitetsskapande" har någon plats i det utvecklingsarbete som de berörda kommunerna genomför.

När det gäller inriktningen på kommunernas arbete hade det inte den tydliga inriktning på att bygga upp och påverka "andan" i kommunen som vi först trodde. Möjligen kan verksamheten inom det projekt som genomförs i Sundsvalls kommun sägas ha den karaktären. Projekten i Örnsköldsvik och Kramfors har tydlig framtidsinriktning. De svar vi fått och de analyser vi gjort antyder dock att det finns diskussioner kring kulturarvet och kulturmiljön i det material de arbetar med. Framför allt menar vi att den tendensen är märkbar i det arbete som görs i Örnsköldsvik. I mycket förefaller dock kulturarvet, kulturhistorien, kulturlandskapet eller kulturmiljön vara faktorer som inte explicit diskuteras. Möjligen kan de ha sin betydelse som en bakgrund för de resonemang som förs.

Det verkar samtidigt finnas ett intresse och en beredskap för att ta till sig dessa frågor. I den mån man tycker att de passar in och kan vara positiva för uppfyllandet av de övergripande utvecklingsmålen är

man säkert också beredd att använda dem i utvecklingsarbetet. Man får dock en känsla av att det återstår en hel del arbete i att övertyga åtminstone en del av de som är engagerade i arbetet om kulturmiljöfrågornas betydelse.

Jonas Grundberg menar att diskussionerna blir intressanta när man operationaliserar "kulturmiljön" till att handla om traditioner och deras roll i lokal utveckling och att detta särskilt märks i sundsvallsintervjun. Bara steget att reflektera över vilka traditioner och anda på en plats är viktigt. Den är ju, påpekar Jonas, sällan uttrycklig utan tyst och "självklar". Det är först när man börjar prata om den och diskutera den som den görs uttrycklig och, kanske, till föremål för reflektion och rentav kritik. Jonas Grundberg ser definitivt Sundsvalls arbete med att lyfta upp och börja prata om en plats historia. Traditioner och anda som ett sätt att börja jobba med "kulturmiljön".

När det gäller kulturmiljöns roll i kommunens marknadsföring menar Jonas Grundberg att svaret antyder en smal eller snäv uppfattning om kulturmiljöbegreppet och dess betydelse. Jonas menar att en investerare skulle kunna vara mycket intresserad av ett utåtriktat kommunicerat kulturarv eller kulturmiljö som signalerar att Sundsvall vore en attraktiv stad att arbeta och investera i. Kulturmiljö, uppfattat som det som till stor del bygger upp Sundsvalls attraktivitet kan vara det som avgör om Sundsvall är en attraktiv stad – eller inte.

Jonas Grundberg efterlyser avslutningsvis i sin kommentar lite egen kommunal vilja och ansats för att just konkretisera kulturmiljöbegreppet – och göra det till en slagkraftig resurs för marknadsföringen. Det kan ofta vara frågan om att marknadsföra en medvetet utvecklad image av att vara en välbevarad, annorlunda, vacker historisk stad med attraktiva affärs- och boendemiljöer. Inte för att dra till sig avancerad högteknologi, men kanske fler evenemang, kongresser, konferenser, besökare och turister. Sånt ger en massa jobb och en massa inkomster – kanske inte av industriellt slag, men av tjänste- och servicekaraktär. Som kanske är det som många städer kommer att få basera en allt större del av sin ekonomi på.

5 Skola och folkbildning

När det gäller utvärderingen av det område i Kulturmiljöprogrammet som handlar om Skola och folkbildning med särskild inriktning på gruppen barn/ungdomar ville göra en baslinjebestämning, d v s en beskrivning av dagsläget.

Enligt vårt förslag började vi denna del av utvärderingen med en kontakt med Länsmuseumet. I ett första steg ville vi med hjälp av Länsmuseumet bestämma på vilka orter och skolor man kan hitta intressanta exempel. Vår kontaktperson på Länsmuseumet var Maria Nordlund. Kontakten med henne ledde vidare till kontakter dels med Margareta Bergvall, dels med Tina Johansson. Margareta är f n tjänstledig från Länsmuseumet för doktorandstudier i arkeologi. Hon är den person i länet som enligt flera av våra uppgiftslämnare är den som har bäst överblick över kontakten skola – museer. Tina Johansson finns på Sundsvalls museum och har omfattande kontakter med skolorna, främst dem i Sundsvalls kommun.

Efter dessa kontakter gick vi vidare med några personliga intervjuer med personal på skolor där museet anser att det finns intressanta exempel. Dessa intervjuer gjordes dels som besöksintervjuer, dels som telefonintervjuer.

5.1 Museiverksamheten

5.1.1 Maria Nordlund

I intervjun med Maria Nordlund framkom bland annat att Länsmuseumet i stor utsträckning är beroende av att skolan kommer till museet eftersom resurserna för utåtriktad verksamhet har minskat. Verksamheten med skolbesök är mycket viktig och positiv, men besöken kan ha väldigt olika kvalitet. Det beror mycket på hur väl förberedda både elever och lärare är, men även på hur mycket eleverna har på programmet den aktuella dagen. Det är numera ganska vanligt att man förutom att besöka Länsmuseumet även besöker Technichus.

”Buss på museet”, den aktivitet för femteklassarna i länet som Länsmuseumet bedriver i samarbete med Länstrafiken i Västernorrland, fungerar mycket bra. I vissa kommuner är deltagandet hundraprocentigt. Ibland menar Maria Nordlund kan man dock få en känsla att gratisresan lockar mer än besöket på museet.

Det finns flera aktiviteter som bedrivs mellan museum och skola. Det handlar om arkeologiprojekt, vård av hållristningar, adoptionsprojekt, skyltning etc. Samarbetet förefaller vara bäst på låg- och mellanstadium, men klingar av när eleverna når de högre årskurserna. Det finns dock exempel på gymnasieklasser i Sundsvall som vill ”adoptera” stenstan.

Det förefaller dock finnas en del problem i kontakterna mellan skola och museum. Ett av dem är att kontakterna är mycket personberoende. Maria gav några exempel, bland annat ett bra samarbete mellan Länsmuseum och Härnösands gymnasium som i princip upphörde när Maria själv var barnledig och när kontaktläraren på skolan bytte tjänst. Ett annat exempel var det system med kontaktlärare som Maria försökte bygga upp med skolorna i länet. De kontaktlärare man lyckats värva var i stor utsträckning vikarier. När de försvann till fasta tjänster eller andra vikariat, upphörde projektet. Ett aktuellt exempel är det låga gensvar man upplever när det gäller att förankra grävprojekt med skolor efter Botniabanan. Arbetet ska genomföras under våren –02. Bjästaskolan är aktiv och lärare därifrån är med i en styrgruppen. Eventuellt är även skolan i Sidensjö aktivt intresserad, men i övrigt förefaller intresset vara lågt. Det gäller enligt Maria Nordlund att hitta en arbetsmodell för hur skolan kan gå in i projektet.

Ett projekt pekades ut som också kan medföra ett intressant samarbetet mellan museet och skolan. Det är projektet KIT (Kulturmiljö och IT) där man arbetar med olika möjligheter för skolorna att komma åt information via IT-baserade hjälpmedel. Skolorna kan till exempel få erbjudanden om att använda GPS-datorer för att lokalisera fornminnen.

5.1.2 Margareta Bergvall

Margareta Bergvall har varit aktiv i flera olika projekt där skolor varit inblandade. Ett exempel hon själv tycker är bra är utgrävningen 1982 vid Lucksta skola. Där fann man lämningar efter Norrlands äldsta fasta bebyggelse.

I samband med grävningarna etablerades ett bra samarbete med eleverna och lärarna, ett samarbete som fortfarande lever.

Skoleleverna medverkade inte i utgrävningarna, men så fort arkeologerna gjorde fynd visade man dem för eleverna och lärarna. Detta ledde till ett stort intresse och engagemang från eleverna.

I samband med grävningarna hittade man en stenring som senare rekonstruerades på skolområdet. Detta arbete genomfördes delvis i samarbete med en lokal konstnär, Kerstin Malmberg. Projektet dokumenterades och visades upp bland annat på Alfastra, en konferens om IT och skola.

I Lucksta menar Margareta att man har hittat en bra koppling och ett bra samarbete mellan Hembygdsföreningen, Skolan och Länsmuseum.

Luckstaskolan kommer varje år till Länsmuseum för att titta på fynden från utgrävningarna 1982. Margareta prioriterar personligen samarbetet med Lucksta skola mycket högt.

Några andra skolor som Margareta Bergvall tar upp som goda exempel på samarbete är St Olofsskolan i Sundsvalls kommun,

Laggarberg i Timrå kommun, Näsåker i Sollefteå kommun, Runsvik i Sundsvalls kommun och Ljustadalens skola i Sundsvalls kommun. När det gäller St Olofsskolan har man tittat på selångersområdet med kyrkoruinen, Selångers hamn och runstenarna. I Laggarberg gällde samarbetet anläggandet av en kultur- och naturstig runt sjön. Där hade man också ett framgångsrikt samarbete med en lokal hembygdsforskare. Man arbetade med IT-hjälpmiddel och scannade in material som sedan blev tillgängligt för flera. I Näsåker har samarbetet bland annat gällt hållristningarna vid Nämforsen. Vid Runsviks skola kunde skoleleverna delvis medverka vid utgrävningen av en gravhögd direkt på skolområdet. Margareta beklagar dock att hon inte hunnit engagera sig mer i Runsviks skola. Vid Ljustadalens skola studerar man bland annat runstenarna vid Sköns kyrka.

Det är framför allt på låg- och mellanstadiet som det är givande att samarbeta med skolan. Margareta menar att det i 9-12 årsåldern finns ett arketyiskt intresse för historien som är mycket tacksamt att använda. Hon menar vidare att arbetet med skyltningen kring olika lämningar är ett naturligt sätt att skapa kontakt med skolan. Skyltningen är en prioritering när det gäller skolor med miljöförutsättningar. Här går det att jobba aktivt och konkret med skolan.

Margareta menar också att det möte mellan kulturer man vill åstadkomma i skolan har en naturlig koppling till kulturmiljön. Det lättaste sättet att anknyta till en plats är via det historiska arvet, anser Margareta. Hon berättar mycket livfullt om hur hon i samarbetet med St Olofsskolan i Sundsvall även kunde få ett aktivt intresse från invandrarbarnen.

Det viktigaste arbetet görs i landskapet. Här kan man få en fysisk kontakt med det typiska och museet är ett komplement till landskapet.

5.1.3 Tina Johansson

De skolor i Sundsvalls kommun som Tina Johansson framhåller som exempel där man har ett bra samarbete med museet är Högoms skola, Runsviks skola, Lucksta skola, Svartviks skola och Hagaskolan. Alla dessa skolor med undantag av Hagaskolan har historien mycket naturligt tillgänglig i skolans närmiljö.

På Högoms skola är många årskurser inblandade. De tar upp historien från förhistorisk tid och framåt. Man använder sig aktivt av Högomskullarna, anordnar teaterföreläsningar mm. Runsviks skola och Luckstaskolan är med i ett utställningsprojekt och har ett kontinuerligt samarbete med museet. De har även samarbetat med Läns museet och gjort utgrävningar. Skolorna har adopterat fornlämningar. På Svartviks skola använder man sig av arkeologstigen. Där arbetar man också med en musikal. På Hagaskolan spelar man teater, gör "tidsresor", använder sig av arkeologstigen och lyssnar till berättelser kring stigen.

När skolorna besöker museet deltar de i visningar. Dessutom finns det en verkstad där eleverna får måla hållristningar, rista runor och bekanta sig med "historiskt" hantverk.

Sundsvallsskolornas samarbete med museet är kostnadsfritt. Man kan se att Timrås och Ånges skolor inte är lika frekventa i samarbetet, vilket Tina tror antagligen är av kostnadsskäl. Museet arbetar aktivt för att få skolorna till museet och går ut med erbjudanden om visningar. Såvitt Tina kan bedöma gör alla skolor i kommunen besök på Sundsvalls museum. En del, som de ovan nämnda, är mer aktiva än andra, men intresset finns hos alla.

Tina Johansson menar att det finns flera skolor som har den historiska miljön lika tillgänglig som de ovan nämnda, men att de inte använder den i undervisningen på samma sätt.

5.2 Skolorna

Efter de inledande intervjuerna med Maria Nordlund och Tina Johansson gjorde vi besöksintervjuer på Lucksta skola och Runsviks skola. Därefter genomfördes intervjuerna med Margareta Bergvall och Högoms skola. Avslutningsvis genomfördes en telefonintervju med rektor på Uslands skola på Alnön. Urvalet av skolor gjordes dels på grundval av de bedömningar som Tina Johansson gjorde, dels av tidsmässiga och praktiska skäl.

5.2.1 Lucksta skola

– På Lucksta låg- och mellanstadieskola arbetar man med olika temaområden för varje termin och Hembygden är ett sådant tema, berättar Monica Engqvist, lärare på skolan. Det återkommer vart tredje år vilket innebär att alla elever som går på Lucksta skola deltar i temat två gånger. Vi har ett aktivt samarbete med Hembygdsföreningen och man använder sig ofta av hembygdsgården för olika lektioner. Där kan man gå i gammaldags skola och då klär sig barnen och lärarna i gammaldags kläder.

– Vi besöker också Starkotters grav i Vattjom och tittar även på gravkullarna i Runsvik, berättar Monica.

När man inom temat studerar stenålder och järnålder gör man besök på Sundsvalls Museum/Kulturmagasinet. Man tittar på Hövdingen och Tina Johansson berättar om hur människor levde på den tiden och vad som gjorde att de befann sig i det här området.

– I föreläsningarna och lektionerna på museet ingår praktiska moment som att slå eld med elddon och liknande. Det ger en värdefull verklighetsförankring, menar Monica. Vi deltar också i en del av de aktiviteter och program som museet inbjuder till, t ex "jul med tradition".

– Tina Johansson är en mycket duktig och mycket uppskattad pedagog som är till stor hjälp vid besöken på museet. Vi har även

gjort stadsvandringar i Sundsvall med Tina som guide, berättar Monica.

Inför terminsstarten när man bestämt sig för tema har man även genomfört egna studiedagar/utbildningsdagar på skolan för lärarna för att bättre kunna genomföra de olika momenten. Här har man haft stöd av t ex ordföranden i Hembygdsföreningen som hjälpt till vid studiedagarna.

Samarbetet med Läns museet

Man har sedan länge ett samarbete med Läns museet. I princip startade det när Margareta Bergvall var med vid utgrävningarna vid ålderdomshemmet i Lucksta.

– När de hittade något speciellt vid grävningarna så fick skolbarnen komma och titta. Vid utgrävningarna hittade man en stenring som senare har "återskapats" på skolområdet. Detta blev ett speciellt projekt som bland annat presenterades på Alfastra-konferensen, berättar Monica

Skolan deltar i Länstrafikens erbjudande Buss på museet, något som man tycker är väldigt värdefullt. Detta har bl a gjort att man flyttat en del av undervisningen inom området till åk 5.

Läns museets program Folktro passar mycket bra till det man gör i undervisningen; enkla dramatiseringar kring det folk trodde på är uppskattat av barnen.

Margareta Bergvall har kommit till skolan och för eleverna i 3-4-5 berättat om järnåldern. Bland annat har hon visat barnen de unika gravarna som finns nära skolan.

Förankring i historien

Monica menar att barnen behöver förankringen i historien som de kan få genom dessa olika inslag – det gör dem tryggare som människor. De kan bli stolta över sin hembygd och kan tycka att "de bor i ett märkvärdigt område".

– Jag tycker att det är katastrofalt att man minskat på utrymmet för historieundervisning, säger Monica.

Monica anser att museet har en viktig roll att spela genom att hjälpa till att påminna om historien, hjälpa till med orienteringen i landskapet, visa på intressanta lämningar och minnen, göra dem synliga.

– Fortbildning och studiedagar inom området är inte så vanliga – det borde vara mer – det behövs. Det skulle också behövas bättre information om det studiematerial som finns och som man kan använda i undervisningen.

– IT kan vara ett bra komplement, man kan se vad som finns att beställa och får information om vad det finns att titta på t ex på museerna. Men det gäller hela tiden att anpassa det till åldersgruppen.

Monica påpekar att det också är viktigt att hela tiden ha i minnet och påminna eleverna att "det är arbete". Annars kan besöken på museerna och i kulturmiljön betraktas som utflykter.

Det är också viktigt att visningarna på museerna ligger på en rimlig nivå för barnen. Att visa "hela länets historia" kan lätt bli för mycket. Det är bättre att rikta in sig på att visa begränsade delar, framför allt för de mindre barnen.

5.2.2 Runsviks skola

På Runsviks skola var det inte möjligt att genomföra intervjuerna som vi önskade eftersom de aktuella lärarna var upptagna av undervisning. I en paus mellan lektionerna kunde vi dock få en del information kring skolans samarbete med museet.

Bakgrunden till utgrävningsarbetet som genomfördes för ett par år sedan var att den gravhöj som finns på skolområdet började bli skadad bland annat på grund av barnens lek. Gravhöjen som dateras till 300 e Kr grävdes ut under ledning av Margareta Bergvall. Skoleleverna kunde i viss utsträckning delta i utgrävningsarbetet.

I samband med utgrävningen hade man också stationer med verksamhet som barnen kunde delta i, t ex kardning, tillverkning av skinnpåsar etc. Projektet dokumenterades i en rapport som finns på Länsmuseum.

Lärarna menar att det har inte blivit någon speciell fortsättning av grävprojektet. Likaså menar man, med beklagande, att man inte använder så mycket av närheten till fornminnet i undervisningen. Men när man pratar om hembygden så tittar man på gravhöjen. Man gör också bussturer i omgivningarna, och där har man bland annat tagit hjälp av kyrkoherde i Tuna, Gunnar Orelund. Man har tittat på de runstenar som finns i landskapet och även tittat på de fornborgar som finns här. Man besöker också Starkotters grav i Vattjom. När man läser om hembygden tycker man att det är naturligt att besöka museet.

Skolans rektor har senare i ett kompletterande brev via e-post bekräftat den bild vi fick av verksamheten vid Runsviks skola.

5.2.3 Högoms skola

Maria Lindbom på Högoms skola har under hösten arbetat med sina kollegor i arbetslaget Hugin och eleverna i ett tema kring Högomshövdingens tid. De startade temat med en "Kick off" på museet där Tina Johansson berättade om folkvandringstiden och hövdingen från Högom.

De elever som deltar i arbetet kommer från årskurserna 1-6 och man arbetar åldersblandat och ämnesövergripande.

Museibesöket dokumenterades när barnen återvände till skolan. Därefter "brainstormade" man kring hur man kunde gå vidare.

– Vi bestämde oss bland annat för att bygga modeller av långhusen och gravhögarna och vi skulle också befolka modellerna med människor och djur. Någon eller några grupper koncentrerade sig mera på mytologin och byggde en modell av Yggdrasil, berättar Maria.

Rubriken på Temat är "Hur levde man i Granlo på Högomsmannens tid".

– Det är första gången som jag arbetar med det här temat, berättar Maria. Ett annat arbetslag (Goliat) på skolan har arbetat med Forntiden som tema under den här terminen.

Studiebesöket på museet var mycket uppskattat av barnen och Tina är en utomordentlig och fängslande pedagog och berättare.

– Hon har även stöttat arbetet med förslag på litteratur som använts mycket under arbetets gång.

När det gäller läromedel menar Maria att det finns väldigt litet om folkvandringstiden. Det är generellt svårt att hitta material som är anpassat för barn.

När man närmar sig slutet på temaarbetet skulle man vilja göra ett andra besök på museet.

– Med det kan vi tyvärr inte göra. Vi måste åka buss in till stan och det är för dyrt för oss. Från Granlo kostar det 780 kronor t o r, berättar Maria.

Maria och hennes kollegor tycker att det är bra med stöd från museerna. Till exempel gör utbildning på studiedagar att man får kunskap så man kan entusiasmera barnen. Generellt menar man att det behövs mer studiedagar kring den lokala historien. Men ekonomin sätter hinder. Att arbeta tematiskt som man har gjort är bra, men det kräver tid, gemensam tid för planering bland annat.

5.2.4 Uslands skola

I intervjun med Tina Johansson nämndes att det finns skolor som har miljömässiga förutsättningar att arbeta som t ex Lucksta och Högom, men som inte gör det. En sådan skola skulle enligt Tina Johansson vara Uslands skola på Alnön. För att komplettera intervjuerna med Lucksta, Högom och Runsvik, telefonintervjuade vi Susanne Nässbjer, rektor på Uslands skola.

Susanne Nässbjer menar att de har en bra verksamhet när det gäller hembygden och kulturmiljön. Elever och lärare gör exkursioner i närmiljön och man gör också bussresor för att titta på vad som finns på Alnön som helhet. Här har man även haft samarbete med hembygdsföreningen.

– Vi har också praktiska övningar där barnen kommer i kontakt med kulturmiljön. De har t ex bakat tunnbröd på traditionellt vis i en bagarstuga.

Susanne menar att de har både intresse och vilja att samarbeta mer med museet och t ex göra studiebesök där.

– Men det är ekonomin som är det största hindret när det gäller samarbetet med museet inne i stan. En bussresa t o r till stan kostar 1 000 kronor och det har vi inte utrymme för i budgeten.

I intervjun fick vi intrycket att man inte funderat över att ta hjälp från museet, dvs att någon från museet kommer till skolan för att på olika sätt stötta verksamheten. Inte heller kände Susanne till verksamheten med Buss på museet, trots att hon varit rektor på skolan i ungefär ett och ett halvt år.

5.3 Sammanfattande kommentar

Kontakten mellan skolorna och museerna är betydelsefull för alla parter. För skolan innebär den en möjlighet att ge mer liv och lust till undervisningen både genom visningar och elevernas deltagande i praktiska moment i museernas verkstäder. För museerna betyder den en möjlighet att föra ut ett budskap till en intresserad och mottaglig målgrupp. Båda parter menar också att studiebesöken på museet är en kompletterande verksamhet. Det viktigaste står att finna ute i landskapet. Museernas utåtriktade verksamhet borde därför vara prioriterad.

Kulturmiljöns roll i skolan verkar också vara betydelsefull. Monica Engqvist på Lucksta skola menar att barnen behöver förankringen i historien som de kan få genom dessa olika inslag – det gör dem tryggare som människor. De kan bli stolta över sin hembygd och kan tycka att "de bor i ett märkvärdigt område".

Henning Johansson vid högskolan i Luleå har forskat inom området. Våra källor menar att hans resultat pekar på att en utökad hembygdsundervisning stärker barnen som individer, stärker deras verklighetsförankring, knyter an dem till hembygden på ett positivt sätt och ger dem en mer optimistisk-realistisk syn på framtiden. Det har dock inte varit möjligt för oss att studera detta vidare, men det borde vara intressanta data att ta del av i ett fortsatt arbete.

Eldsjälarnas roll för en lyckosam verksamhet är mycket betydelsefull. Det märks menar vi, framför allt i skillnaden mellan Lucksta skola och Runsviks skola. Båda skolorna har haft närhet till utgrävningsprojekt och båda skolorna har den historiska miljön mer eller mindre på skolgården. Trots likheterna finns det en påtaglig skillnad. På Lucksta skola har man en (kanske flera) lärare som verkligen engagerar sig för just den här verksamheten, driver projektet, organiserar studiedagar samt tar initiativ till studiebesök på museet och i närmiljön. På Runsviks skola berättar man att det inte blivit någon speciell fortsättning av grävprojektet och fortsätter beklagande, att man inte använt så mycket av närheten till fornminnet i undervisningen.

Det individuella engagemanget i och betydelsen för verksamheten är alltså märkbart. De personer vi träffat och intervjuat är mycket

engagerade i verksamheten. Framför allt gäller det museernas folk. Vi menar också att det är påfallande hur få personer som är engagerade. Som vi förstått det av intervjuerna rör det sig om knappt en handfull personer från museernas sida. Det starka individuella engagemanget är naturligtvis mycket positivt, men måste samtidigt ses som en allvarlig brist eftersom, vilket dokumenteras i intervjun med Läns museets Maria Nordlund, delar av verksamheten i princip upphör när dessa personer av en eller annan anledning inte finns i tjänst. Skillnaderna i aktivitetsnivå mellan Lucksta och Runsvik kanske delvis förklaras av att Margareta Bergvall inte kunnat engagera sig lika mycket på båda ställena.

Ekonomi är också ett problem. Verksamheten med buss på museet är betydelsefull och lyckosam och ger möjligheter till studiebesök på Läns museet för länets femteklassare. Detta är dock bara ett enstaka tillfälle under skoltiden. Både våra kontakter på Högom och Uslands skola pekar på ekonomi som ett hinder för att göra nödvändiga besök på museet.

Det antyds, åtminstone i intervjun med rektor på Uslands skola, att informationen om museets möjlighet till att stötta skolan och verksamheten med buss på museet inte gått fram tillräckligt. Skolans verksamhet är dock decentraliserad och att rektor inte känner sig informerad behöver inte betyda att informationen inte nått de ansvariga lärarna.

Behovet av studiedagar och förbättrad information om lämpliga läromedel bekräftas både i intervjun på Lucksta och Högom. Studiedagar med kunniga lärare och föreläsare är ett viktigt inslag i verksamheten för att öka kunskapsnivån hos lärarna och ge dem möjlighet att entusiasmera eleverna. Även detta borde vara en prioriterad verksamhet för museet.

Avslutningsvis menar vi att man Lucksta skola är ett utomordentligt exempel på hur man kan använda sig av kulturmiljön i undervisningen. Skälen till att man lyckas så bra verkar vara att man har en mycket engagerad lärarkår och har ett mycket gott samarbete med museet. Närheten till kulturmiljön i form av fornlämningar spelar en stor roll, liksom ett gott samarbete med den lokala hembygdsföreningen. Dessutom finns det ett stort och personligt intresse från museets sida i just denna skola. Vi är övertygade om att det finns flera goda exempel och att framgångsreceptet även på dessa skolor är detsamma.