



## Underlag för hembygdsföreningar som vill delta i Sveriges hembygdsförbunds satsning på turism

Det här underlaget vänder sig till föreningar som vill delta i Sveriges hembygdsförbunds turismprojekt, som syftar till att stärka hembygdens attraktionskraft för tillresta besökare.

Vi utgår från att ni som anmält intresse har tagit del av underlaget nedan. För dig som inte deltog vid de två seminarierna finns två filmer att ta del av:

**Förstudie** om hembygdens förutsättningar för att stärka sin position i besöksnäringen i pdf-format: [www.hembygd.se/forstudie-hembygdsturism](http://www.hembygd.se/forstudie-hembygdsturism) (pdf)

**Webbseminarium 10 september** med presentation av förstudien: [www.hembygd.se/hembygdsturism10sept](http://www.hembygd.se/hembygdsturism10sept) (film)

**Webbseminarium 28 oktober** med presentation av det fortsatta projektet: [www.hembygd.se/hembygdsturism28okt](http://www.hembygd.se/hembygdsturism28okt) (film). Ladda ner en presentation från seminariet i pdf-format: [www.hembygd.se/presentation28okt](http://www.hembygd.se/presentation28okt) (pdf)

Det är viktigt att ni tar del av underlaget innan ni i styrelsen diskuterar nedanstående frågor och tar ställning till om och på vilket sätt ni vill vara med i det fortsatta arbetet.

Nedan redogör vi för projektets förutsättningar och ger er några frågeställningar som hjälper er att fatta beslutet om ni vill delta aktivt i projektet.

### ***Syfte och övergripande målsättningar med satsningen***

Syftet med de satsningen är att stärka hembygdens position inom besöksnäringen och vår förmåga att locka fler tillresta besökare.

De övergripande målsättningarna är att:

- att stärka Sveriges hembygdsförbunds profil och hembygdens utbud gentemot tillresta besökare
- att stärka och kommunicera bilden av hembygdens position som en av Sveriges viktigaste aktörer inom kulturarvet, vår betydelse för den lokala identiteten och vår kunskap om lokalhistoria
- att stärka hembygdens förmåga att förvalta, utveckla, erbjuda och tillgängliggöra kulturarvet
- locka fler tillresta besökare till hembygdens gårdar, miljöer och arrangemang
- säkerställa att hembygdens position blir en naturlig part i viktiga nätverk nationellt, regionalt och lokalt samt bli en intressant partner till besöksnäringen

## **Det lokala utvecklingsarbetet**

För det lokala utvecklingsarbetet gäller följande målsättningar för hembygdsföreningarna som deltar:

- att ni fått en ökad kunskap om besöksnäringens affärslogik, besökarnas efterfrågan, marknadsförutsättningar, trender med mera
- att ni utvecklat ett antal erbjudanden riktade mot tillresta besökare
- att ni blivit en del av destinationsnätverken lokalt och/eller regionalt
- att ni blir en stark besöksanledning som bidrar till platsens attraktionskraft
- att ni tillgängliggör platsens kulturarv för såväl lokalbefolkning som besökare
- att ni får ett utbud av kulturupplevelser där deltagande och lärande är i fokus
- att ni blir en intressanta samarbetspartner till platsens besöksnäringen

## **Tre möjliga utvecklingsspår för föreningens arbete i projektet**

Det viktigaste arbetet med att stärka hembygdens position i besöksnäringen är att utveckla utbudet av *målgruppsanpassade*, *tematiserade* och *bokningsbara* erbjudanden. Det är en uppgift som främst kommer att utföras i lokala hembygdsföreningar. Eftersom förutsättningarna kan skilja mellan regioner och mellan lokala hembygdsföreningar, kommer vi att erbjuda tre olika spår för den fortsatta utvecklingen.

Syftet med de tre spåren är att ge föreningar bästa möjliga förutsättningar för att stärka sina erbjudanden mot tillresta besökare. Det som skiljer spåren åt är ambitionsnivån samt den tid och de ekonomiska resurser som man har möjlighet att avsätta.

De tre valbara spåren har lite olika arbetsformer, pedagogik och grad av stöd som föreningarna får av konsultföretaget Graffman AB som hembygdsförbundet anlitat för projektet. De olika spåren har därmed också en prissättning och krav på medfinansiering som skiljer sig åt beroende på vilket stöd man önskar.

## **Upplägg för det lokala utvecklingsarbetet**

Vi ger här tre förslag på möjliga upplägg, som behöver anpassas i dialog med SHF:s projektledning och efter de regionala förutsättningarna. Oavsett vilket alternativ som blir aktuellt för er förening, kommer ni att bjudas in till ett uppstartsmöte i form av ett webinarium där vi går igenom förutsättningarna och ni får möjlighet att ställa frågor.

På uppstartsmötet kommer vi att presentera *ingångsvärden* i form av besöksnäringens branschlogik, marknadsdata, trender samt SHF:s övergripande profil, målgrupper och teman som tagits fram av SHF:s arbetsgrupp.

### *Verktygslåda för samtliga spår*

Till stöd för utvecklingsarbetet kommer det att finnas hjälpmedel i form av en verktygslåda. På grund av den pågående pandemin kommer det mesta att erbjudas digitalt. Verkttygslådan består av:

- Förslag på projektupplägg för föreningens arbete
- Digital introduktionsföreläsning
- Webbaserade seminarier med föredrag och workshops samt ingångsvärden om besöksnäringen, marknadsförhållanden, trender, SHF:s profil, målgrupper och teman.
- Workshopuppgifter kopplat till varje seminariedel.
- Filmade inspirationsföreläsningar

Målsättningen är att de föreningar som genomgått något av de tre spåren ska ha tagit fram erbjudanden som blir bokningsbara, såväl på SHF:s hemsida som på destinationsorganisationernas hemsidor. En förutsättning för detta är att de framtagna erbjudandena uppfyller kraven på både kvalitet och tillgänglighet.

### **Spår 1 – utvecklingsarbete i egen regi**

För spår 1 gäller att föreningarna med hjälp av verktyglådan följer föreläsningarna och arbetar igenom verktyglådans olika delar i den takt man själva önskar.

Verktyglådan består av 4 seminarier, med filmade föreläsningar, faktablad med information om trender, olika målgruppers efterfrågan samt strukturer och verktyg för hur ni utformar ett erbjudande (innehåll, kvalitet, tillgänglighet mm) samt underlag för marknadsplan.

De föreningar som vill genomföra processen behöver räkna med en arbetsinsats motsvarande cirka 4 dagar.

Det kommer att finnas möjlighet för de föreningar som så önskar, att få feedback, stöd och värdering av framtagna erbjudanden från Graffman AB:s konsulter under två timmar, mot en extra kostnad.

### **Spår 2 – utvecklingsarbete med stöd av regionala/lokala projektledare**

I spår 2 leds utvecklingsarbetet av regionala/lokala projektledare. De kommer att genomgå en introduktionsutbildning där de får träning i produktutvecklingens olika moment samt även pedagogik och verktyg för utvecklingsarbetet. Till sin hjälp har de verktyglåda med filmade föreläsningar, fakta och workshopunderlag.

Den regionala/lokala projektledaren ska ha en coachande och stödjande roll. Det handlar främst om att leda ett antal seminarier, fördela uppgifter och sammanställa resultat av utvecklingsarbetet. Projektledaren pedagogiskt och processmässigt leda seminarier och vara ett stöd för föreningarna i arbetet med att ta fram nya erbjudanden.

Projektledare kan vara personer från hembygdsrörelsen, eller från någon av annan organisation.

Under utvecklingsarbetet kommer Graffman AB att genomföra avstämningsmöten med de lokala/regionala projektledarna för erfarenhetsutbyte, kunskapsspridning, problemlösning och fördjupningsdiskussioner. Under dessa digitala avstämningar finns också möjlighet att diskutera och värdera de nya erbjudanden som tagits fram av föreningarna.

Spår 2 kräver att föreningarna förbinder sig att avsätta tid motsvarande 4 dagar. Det krävs också att regionen och destinationsorganisationen i länet där föreningen är verksam ställer sig bakom satsningen. Det ställer också krav på medfinansiering, antingen genom att föreningar lokalt eller regionalt går samman om en gemensam projektledare och betalar för det, eller att en regionen svarar för den kostnaden.

Är ni intresserad av att få stöd av en regional/lokal projektledare? Ta kontakt med SHF för diskussion om möjliga lösningar. Se kontaktuppgifter sist i dokumentet.

### **Spår 3 – ett utvecklingsarbete under ledning av konsult**

I spår 3 leds utvecklingsarbetet av konsulter från Graffman AB. Processen bygger på deras erfarenheter av 25 års arbete med att bistå destinationer och besöksnäring i deras utveckling. Deras metoder, verktyg och strukturer för produktutveckling har framgångsrikt använts i besöksnäringen runt landet.

Graffman AB leder de 4 seminariedagar som produktutvecklingsprocessen består av (se bilagan ”*Introduktion till produktutvecklingsprocessen*”). De tillhandahåller kunskap om besöksnäringens affärslogik, trender, målgrupper samt verktyg för att utveckla målgruppsanpassade och bokningsbara erbjudanden med högt förädlingsvärde. Konsulterna validerar de framtagna erbjudandena och coachar föreningarna under processen. Graffman AB ansvarar också för de möten där destinationsorganisationer och besöksnäringen finns med.

#### **Krav som ska uppfyllas för spår 3**

- Den konsultledda arbetsformen kan endast erbjudas regioner där det finns en kritisk massa av föreningar (7-10 st) som är intresserade, och där projektet har stöd av regionen och destinationsorganisationerna.
- Regionen och/eller destinationsorganisation behöver bidra i utvecklingsarbetet med sina ingångsvärden i form av deras strategier för besöksnäringen, marknadsplaner etc med fokus på kulturturismen samt med kontakter till destinationsnätverken. SHF rekommenderar att Graffman AB sköter dialogen med dessa organisationer. Vi kommer samtidigt att hålla våra regionala förbund välinformerade.
- De föreningar som vill delta förbinder sig att utse en internt projektansvarig samt ytterligare minst två deltagare som aktivt deltar i 4 seminarier och utför vissa uppgifter mellan mötena.
- Spår 3 kräver en regional/lokal medfinansiering från region eller destinationsorganisation.

SHF och Graffman AB har redan nu dialog med flera regioner och destinationsorganisationer om medfinansiering för en satsning enligt spår 3. Vi kommer att hålla öppet för att fler regioner tar beslut om att bidra med egna medel under projektets genomförande. I de regioner där vi lyckas få till stånd regional medfinansiering kommer föreningarna att kontaktas.

### **Frågor att diskutera i styrelsen inför beslut**

En viktig kunskap när hembygdsrörelsen vill ta en position i besöksnäringen är att behov och efterfrågan hos tillresta besökare ofta utgör en sammansatt produkt. Ju längre bort vi vill attrahera besökare ifrån, desto fler produkter och tjänster krävs för att locka denne. Besökaren behöver få information om platsen, kunna boka vistelsen, ta sig till platsen och väl där behövs boende, mat, aktiviteter och upplevelser. Det är ytterst sällan som en enda leverantör kan klara detta själv. Det krävs ett samarbete med andra aktörer inom destinationen.

En viktig fråga för hembygdsföreningen att ställa sig är vilken, eller vilka av dessa behov man kan och vill tillfredställa (bo, äta, uppleva, shoppa etc). De lösningar som man inte själva kan hantera behöver då andra stå för. Det som också stärker behovet av samverkan är den tydliga trenden att människor idag ofta vill uppleva många olika saker under sitt besök. Ena dagen vill de vara aktiva (vandra, cykla, paddla), en annan dag besöka en loppis eller kulturevenemang för att sedan upptäcka eller lära sig något nytt.

Ytterligare en viktig aspekt som påverkar ovanstående är var föreningens hembygdsgård är belägen. Ligger man i en attraktiv turistdestination, finns andra besöksmål eller reseanledningar i närheten,

ligger hembygdsgården vid en välbesökt led eller som en solitär på landsbygden? Är vår hembygdsgård ett resmål i sig, är vi ett besöksmål värt en omväg, eller ett stopp på vägen? Dessa frågor är centrala att beakta, både för att se vad vi behöver utveckla, men också för att se vilka vi behöver samarbeta med.

*Diskutera igenom ovanstående grundläggande förutsättningar i er styrelse/arbetsgrupp som underlag för de frågeställningar som kommer nedan. De skapar ett underlag för ert val av vilka erbjudanden ni väljer att utveckla.*

## Viktiga frågor inför utvecklingen av föreningens erbjudanden

Att förpacka och förädla det utbud som finns, eller som ni vill utveckla, är ett arbete som måste göras av den enskilda föreningen. Det kommer att finnas olika former av stöd och verktyg för att klara arbetet (se de tre spåren ovan). De föreningar som har viljan och drivkraften att utveckla ett turistiskt utbud behöver diskutera och besvara nedanstående frågor inför utvecklingsarbetet. Detta för att underlätta för er att välja vilka erbjudanden/produkter ni vill utveckla under produktutvecklingsprocessen. Era svar gör också att processledaren eller konsulten kan anpassa sina stödjande insatser på ett bättre sätt.

### Diskutera följande frågor i styrelsen och/eller arbetsgruppen:

- Vad är mest unikt och attraktivt med det ni har eller kan erbjuda (miljön, gården, samlingarna, er kunskap, berättelserna, evenemangen ...)?
- Vilka är besökarna idag, med fokus på tillresta? Vilka är dagens målgrupper och vilka har ni störst möjlighet att attrahera framöver?
- Under vilka perioder har ni flest tillresta besökare?
- Vilka aktiviteter, arrangemang och upplevelser har ni idag som lockar tillresta besökare?
- Vilka erbjudanden vill och kan ni ta fram för att locka fler tillresta besökare? Utgå från människors olika behov, drivkrafter och intressen.
- Har ni arrangemang, aktiviteter och upplevelser där besökarna får vara delaktiga, aktiva och lära sig nya saker? Har ni möjlighet att ta fram sådan inom snar framtid?
- Är era erbjudanden köpbara och bokningsbara idag?
- Hur marknadsför ni era arrangemang idag?
- Hur kan ni stärka upp ert utbud genom samarbete med andra föreningar, besöksmål eller företag i besöksnäringen?

*Fyll i och skicka sidan till SHF, antingen via mejl eller vanlig post.*

## Beslut

När ni diskuterat ovanstående förutsättningar och frågor är det dags att fatta beslut i styrelsen; om, hur och när ni vill fortsätta med utveckling av föreningens erbjudanden mot tillresta besökare. Vi behöver besked på frågorna nedan för att kunna bistå er på bästa sätt framöver. När vi fått in era svar vet vi vilka föreningar som vill delta i satsningen och vilka regioner som blir intressanta för oss att ta en dialog med. Vi kan då också lättare bedöma förutsättningarna för ett arbete enligt spår 2 och 3.

*Ni kommer också att bli kontaktade av oss för stöd och information om det fortsatta arbetet.*

Använd rutan för att sätta en bock för de frågor som uppfylls:

- Vi ser att vår förening har verksamhet som kan utvecklas som erbjudanden för tillresta besökare.
- Vi vill och kan avsätta den tid och utföra den arbetsinsats som processen kräver.
- Vi kommer att kunna utse en projektansvarig samt en grupp om minst tre deltagare som deltar aktivt i seminarier och utför hemuppgifterna.

Val av spår:

- Spår 1: Vi vill genomföra produktutvecklingen i egen regi och i den takt vi själva väljer.
- Spår 2: Vi är intresserade av att genomföra produktutvecklingen med stöd av en regional/lokal processledare.
- Spår 3: Vi är intresserade av att genomföra produktutvecklingen med stöd av konsulter från Graffman AB.

*OBS! En förutsättning för er som vill utveckla arbetet inom spår 2 och 3 är att ni vill och kan avsätta den tid som processen kräver under perioden december 2020 – april 2021.*

*Fyll i uppgifter om föreningen på nästa sida!*

Fyll i och skicka sidan till SHF, antingen via mejl eller vanlig post.

## Uppgifter om föreningen

Föreningens namn

---

Tillhör regionalt förbund

---

Kontaktpersonens namn

---

Kontaktpersonens mejladress

---

Kontaktpersonens telefonnummer

---

Skicka de två sista sidorna *senast 1 december*, till [jan.nordwall@hembygdsforbundet.se](mailto:jan.nordwall@hembygdsforbundet.se), eller med vanlig post till *Sveriges hembygdsförbund, Sabbatsbergsvägen 6, 113 61 Stockholm*

## Frågor?

Tveka inte att vända er till SHF om ni har frågor. Det kan handla om det här underlaget eller turismprojektet. Ta också kontakta om ni vill ha hjälp för att kontakta relevanta personer och organisationer för diskussion om regional/lokal medfinansiering.

Jan Nordwall, 08-441 54 84, [jan.nordwall@hembygdsforbundet.se](mailto:jan.nordwall@hembygdsforbundet.se).

Olov Norin, 08-441 54 85, [olov.norin@hembygdsforbundet.se](mailto:olov.norin@hembygdsforbundet.se)

