

UPPLEVELSE NÄRING



Kultur och besöksnäring i samverkan

Interreg



Medfinansieras av
EUROPEISKA UNIONEN

Sverige – Norge

SAMMANFATTNING

Samverkan mellan kulturlivet och besöksnäringen har stor potential att skapa värden både för boende och besökare på en plats. Ändå är det i praktiken ofta svårt att få till en hållbar och långsiktig samverkan. Interregprojektet Upplevelsenäring – kultur och besöksnäring i samverkan har bidragit till att samla fältets aktörer i ett gemensamt ekosystem med syftet att fungera systemförändrande. Det innebär bland annat att kultur- och besöksnäringen har utvecklat nya system för gränsöverskridande samverkan, att möjligheterna för hållbar affärsutveckling och paketering har ökat och att offentliga parter utvecklat kompetens och tydliga roller för att bättre stödja utveckling av upplevelsenäringen.

Projektets mål är att öka upplevelsenäringens attraktionskraft, tillväxt och hållbarhet.

I KORTHET

- Öka och sprida kunskapen om upplevelsenäringens potential för bosatta, besökare och samhälle.
- Skapa incitament, metoder och system för samverkan mellan kultur och besöksnäring.
- Utveckla attraktiva, långsiktiga och hållbara upplevelser på relevanta marknader.

FAKTA

PROJEKT:

Upplevelsenäring – kultur och besöksnäring i samverkan.

MÅLGRUPP:

Aktörer inom kultur- och besöksnäring, det projektet kallar upplevelsenäringen.

SYFTE:

Skapa ökad samverkan mellan kultur och besöksnäring och utveckla en långsiktigt hållbar upplevelsenäring.

PROJEKTTID:

Januari 2023–december 2025.

PARTNERS I PROJEKTET:

Innovatum Science Center, Lysekil Kommun, Trollhättan Stad, Fredrikstad Kommune, Østfold Kunstnersenter och Visit Fredrikstad & Hvaler

Bildtext sid. 1:

Lysekils kommun har under projektet arbetat med Österödskvinnan och tagit fram en fikaupplevelse baserad på råvaror hon kan ha ätit under stenåldern.

INTRODUKTION TILL

UPPLEVELSENÄRING

KULTUR + BESÖK = UPPLEVELSENÄRING

Upplevelsenäring – kultur och besöksnäring i samverkan bygger vidare på flera projekt som parterna arbetat tillsammans med tidigare. De har alla på olika sätt handlat om att stärka kulturlivet, besöksnäringen, den lokala attraktionskraften, innovationsförmågan och näringslivsutvecklingen – och har framgångsrikt skapat metoder och system för långsiktigt hållbar samverkan mellan områdenas aktörer.



I NOHABs Smedja fick konferensdeltagarna testa på att smida tillsammans med konstsmeder. En aktivitet som Innovatum Science Center tagit fram i projektet.

Det nu avslutade projektet utgick från att kultur och besöksnäring ofta är aktörer på samma scen och har samma publik. När människor reser till en plats är det kulturen som i stor utsträckning står för innehållet i upplevelsen. Kulturliv och besöksnäring erbjuder tillsammans helhetsupplevelser som ger värde till boende, besökare och samhälle. Därför används begreppet "upplevelsenäring" som en gemensam beteckning på kultur- och besöksnäring i samverkan.

Både forskning och praktik bekräftar att upplevelsenäringen har stor potential, men i praktiken är det svårt att få till en hållbar och långsiktig samverkan mellan kultur och besöksnäring. En utmaning är att frågan ofta tycks hamna mellan stolar, eftersom ingen riktigt äger den. Kommunerna och andra offentliga aktörer har oklara roller visavi upplevelsenäringen. Det saknas gemensamma mötesplatser, kompetenser och målbilder. Ofta saknar också det småskaliga och ideellt drivna kulturlivet en tydlig koppling till besöksnäringen och har svaga incitament till paketering och kommersialisering.

Den primära målgruppen för Upplevelsenäring – kultur och besöksnäring i samverkan har, som namnet säger, varit aktörer inom kultur- och besöksnäringen. Den sekundära målgruppen var offentliga aktörer och andra aktörer som ingår i systemet för plats- och destinationsutveckling. Vinsten med det gränsöverskridande svensk-norska projektet är att man kan hantera gemensamma utmaningar, dra nytta av värdet i en kritisk massa av aktörer, erfarenheter, kompetenser och analyser, samt skapa legitimitet och uthållighet till förändringsarbetet.

En mängd aktiviteter har genomförts under projektiden. Speciellt viktigt har kompetenshöjande insatser tillsammans med gemensam utveckling av hållbara evenemang och upplevelser varit. Detta har gjorts i kombination med ett omfattande gränsöverskridande utbyte för att få inspiration, förankring och spridning av resultat. Några typer av aktiviteter har varit att identifiera och engagera kulturaktörer utanför befintliga nätverk, genomföra kurser och workshops i samverkan med besöksnäring med fokus på hållbarhet, göra studieresor med aktörer inom kultur- och besöksnäring, samt att produktutveckla upplevelser och testa på utvalda destinationer.

STORMÖTE 4

UPPLEVELSENSNÄRING

TROLLHÄTTAN 11-12 NOVEMBER 2025

Under tre år har interregprojektet Upplevelsenäring – kultur och besöksnäring i samverkan arbetat för att stärka upplevelsenäringens roll som en kraft för hållbar platsutveckling. Den 11-12 november 2025 samlades ett 70-tal deltagare i Trollhättan till det fjärde och avslutande stormötet.

Temat på dagarna var: "Upplevelser som näring". Deltagarna kom huvudsakligen från kommuner och offentliga aktörer i Västra Götaland och Östfold, men även representanter från kultur och besöksnäringen fanns med och fick ta del av allt från inspirerande föreläsningar, samtal, workshops och musik. Dagarna innehöll också en stadsvandring och ett exklusivt besök i Olidans kraftstation.

Under den första dagen på Innovatum Science Park var det fokus på hur kultur och besöksnäring tillsammans kan skapa starka och meningsfulla upplevelser. Föreläsningar varvades med allt från prova på-upplevelser inom smide och konst till kvällens rock-quiz på Backstage Rockbar i Trollhättan. Den andra dagen genomfördes på Insikten i Trollhätte kanalpark med goda exempel på hur strategi och samverkan skapar utvecklingskraft för parterna, följt av ett avslutande "by-prek" med diskussioner om bland annat wow-upplevelser, mätbarhet och ekonomiska förutsättningar.

DAG 1

INTRO OCH VÄLKOMMEN

KARIN STAMMARNÄS, kulturchef Trollhättan
HENRIK OLSSON, projektledare Upplevelsenäring
MAYA NIELSEN, projektledare Upplevelsenäring



Karin Stammarnäs, kulturchef i Trollhättan smakar på fikaupplevelsen baserad på Österödskvinnans stenålderskost.

Trollhättans kulturchef **Karin Stammarnäs** hälsade välkommen och konstaterade att kulturliv och upplevelsenäring är en bra matchning. Kultur har många olika positiva effekter. Den gör platser intressanta, ger identitet och skapar berättelser. Den hjälper platser att vara sig själva, bygger liv och rörelse i det offentliga rummet och lockar människor, eftersom vi vill vara där andra är. Kultur skapar besök, förlänger besöken och bygger platskärlek. Kulturen behövs också för att den är modig, attraherar talanger och, kort sagt, är en investering i samhället. Det här projektet, menade Karin Stammarnäs, har skapat kunskap och perspektiv på allt detta och utvecklat metoder för att skapa hållbar besöksnäring. Så att kultur kan bidra till att vara en drivkraft och framgångsfaktor i stadsutvecklingen.

Henrik Olsson inledde med att Karin Stammarnäs sagt precis det han ville och tänkte säga, men bara för att understryka: tillsammans med allt som gjorts konkret i projektet finns en strategisk nivå och drivkraft. Det gynnar hela samhället och bidrar till att skapa förutsättningar för det goda livet. Upplevelsenäringen är aldrig bara grädden på moset eller sockret på kakan, utan kärnverksamhet.



Maya Nielsen, projektledare Upplevelsenäring

Maya Nielsen konstaterade att Fredrikstad arbetat i många projekt med Lysekil och Trollhättan. På många sätt är det en särskild förväntan att vara just i Trollhättan, eftersom det är något av en tvillingstad till Fredrikstad. Här finns samma förutsättningar, utmaningar och möjligheter. Projektet har också i mångt om mycket bidragit till ett framgångsrikt arbete med att skapa en positiv utveckling i båda städerna.

INSPIRATIONSFÖRELÄSNINGAR

Nya möjligheter: När kultur och besöksnäring möts Teater som spjutspets i byutveckling

ERIK EGER-SCHØYEN, tillträdande teaterchef på Østfold (Internasjonale) Teater

Østfold Internasjonale Teater är en offentligt ägd institutionsteater i Østfold. Basen finns i Fredrikstad, men teatern turnerar både lokalt och nationellt, med föreställningar som äger ofta rum utanför den traditionella teatersalongen.

Erik Eger-Schøyen börjar sitt jobb som teaterchef på Østfold (Internasjonale) Teater i januari 2026 och berättade att teatern nu ska ta bort "Internationelle" ur namnet för att nå ut till lokalbefolkningen bättre. Hans mål är att teatern ska vara en spjutspets i samhälls- och stadsutvecklingen; något som bryter sig igenom för att nå sitt mål.

Diskussioner om kulturens egenvärde och instrumentella nytta – som ett medel för att skapa andra effekter – är återkommande. Erik Eger-Schøyen menade att kulturen visst har ett värde i sig, men att vi inte heller kan göra så mycket åt att den också har andra, bredare effekter – kulturella, samhälleliga, ekonomiska.

Han hänvisade bland annat till en undersökning som gjorts av kulturens effekter i Halden som visar att satsade summor ger mer än nu pengar tillbaka. Han vill inte se detta som en matematisk sanning utan mer som ett underlag för reflektion, påpekade han.

Erik Eger-Schøyen gav flera exempel på hur teatern som konstform kan bidra till samhällsutvecklingen genom strategisk lokal förankring. År 2015 satte han upp musikalen Grease i Haugesund, ett kanske inte självklart konstnärligt val. Men gräver man lite djupare visar det sig att musikalen har kopplingar till staden.

Med sin kontakt med Nordsjön och Atlanten var det via Haugesund som den amerikanska 50-talskulturen kom in i Norge, något som fortfarande präglar orten. Här finns till exempel personer med namn som Jon-Elvis och en stark tradition med amerikanska 50-talsbilar

För att förankra föreställningen ytterligare på platsen och i tiden gjordes en nyöversättning med unga Haugesundsbor som referensgrupp. Vidare anlätades en yrkeslinje på ett gymnasium att göra ljus-tekniken, något som skapade stor stolthet och intresse.

Effekten av förankringsarbetet var att 13 000 biljetter såldes (i en stad med knappt 40 000 invånare och en region med knappt 100 000). Erik Eger-Schøyen menade att den populära – och i vissa människors ögon ytliga – musikalen träffade något djupt i den lokala kulturen, samtidigt som den också bidrog till att locka besökare till Haugesund. Faktum är att en hotellchef i staden var en av Erik Eger-Schøyens referenser när han sökte nytt uppdrag.

Saerp Tropez [Fengselet] (2023) var en liknande men också helt annorlunda satsning med grunden i Sarpsborgs socioekonomiska villkor med till exempel hög barnfattigdom och låga utbildningsnivåer. Tillsammans med skådespelaren och regissören Cici Henriksen, som kommer från Sarpsborg, skapade Erik Eger-Schøyen en platsspecifik föreställning förlagd till stadens nedlagda fängelse.

De boende i Sarpsborg har en särskild stark relation till fängelset efter en tragedi på 1990-talet då en intagen under ett rymningsförsök sköt en kriminalvårdare till döds. Nu hade man chansen att öppna lokalerna för allmänheten i en föreställning där publiken guidades runt i fängelset.

Erik Eger-Schøyen berättade att det handlade om att balansera allmänhetens, personalens och de intagnas perspektiv och presentera problemställningar, snarare än svar. Responsen var stark och omedelbar med biljetter som försvann i hög hastighet.

Saerp Tropez är en trilogi. Den andra delen Saerp Tropez [Papp] hade premiär hösten 2024 och utspelade sig på en nedlagd pappersfabrik i Sarpsborg, medan den tredje delen Saerp Tropez [Østre] har premiär i maj 2026 i Fredrikstad och stadsdelen Holmen i stadens eftersatta östra delar.

Ett bra exempel på hur något som skapas med en tydlig lokal förankring och ambition kan växa och skapa ett nationellt intresse, menade Erik Eger-Schøyen.

Sommaren 2025 fick Cici Henriksen dessutom Norsk publikumsutviklingspris som årets brobyggare, med motiveringen: "Henriksen jobber ikke for å rekruttere publikum til scenekunsten, men for å løfte lokalsamfunnet gjennom scenekunst. [...] Hun bygger broer mellom folk, organisasjoner og institusjoner og bidrar til en reell fornyelse av norsk scenekunst".

Efter den här bakgrunden gick Erik Eger-Schøyen igenom teaterns strategiplan för 2026–2030.

Teatern ska vara ett kulturellt kraftverk i Østfold med värdeorden:

- Tillgänglig
- Generös
- Modig

Metaforen bygger på att det finns många faktiska kraftverk i området. Teatern ska i linje med det stå för energiomformning och distribution, infrastruktur och nätverk, lokal förankring och regional räckvidd, samt ha en samhällskritisk funktion. I förlängningen är målen att:

- Ge energi till hela regionen
- Skapa mötesplatser
- Ta ansvar som framtidens föräldrar
- Ta ansvar för allas rätt till kulturupplevelser
- Vara en identitetsbyggare
- Öka det ekonomiska handlingsutrymmet
- Vara en attraktiv och eftertraktad samarbetspartner

Erik Eger-Schøyen kunde också berätta om repertoaren 2026 som utöver Saerp Tropez [Østre] bland annat består av en Roald Dahl-baserad barnföreställning (författarens far föddes i Sarpsborg), Danseløftet med ett hip hop-influerat verk som också inkluderar workshops, samt musikalen Ingvar om Ikeas grundare

Hur upplevelsenäring stärker en plats attraktionskraft

ROBERT PETTERSSON, docent och verksamhetsledare ETOUR, Mittuniversitetet

Robert Pettersson sammanfattade turism som en fråga om utbud, efterfrågan och eventuella hinder som kan finnas däremellan – exempelvis tid, pengar, trender eller förväntningar. För att få fler besökare måste man alltså minska hindren eller öka attraktionskraften så pass mycket att hindren inte spelar så stor roll.

Grundfrågan är då vad som gör en plats attraktiv. Robert Pettersson utgick från skapandet av den berömda Guide Michelin med utgångspunkter som också dagens destinationer kan använda. Vad i vår plats är:

- Värt ett stopp
- Värt en omväg
- Värt en speciella resa

Han konstaterade att projektet Upplevelsenäring ligger rätt i tiden eftersom nästan all turism är kopplad till att vistas i en kulturmiljö eller konsumtion av en eller flera kulturupplevelser. Det avspeglas också i forskningen där antal publikationer kring kulturturism har ökat kraftigt under 2000-talet. Trender som har ser är relaterat till begrepp som Äkthet, Big data, Identitet och Kreativa sektorn.

Vad är det då som gör att kultur lockar turister? Robert Pettersson pekade på några aspekter. Det handlar om bland annat om ett intresse och fascination för historiska och kulturella fenomen, att människor vill upptäcka nya saker, bilda och lära sig mer och komma bortom det vardagliga och världsiga. Det finns också en längtan efter unika upplevelser, respekt för kulturell mångfald – och, inte minst, att kulturupplevelser ger bra fotomöjligheter.

Robert Pettersson gjorde också en definition av evenemang med punkterna:

- Är avgränsade i tid och rum.
- Ligger utöver det vardagliga programmet.
- Inkluderar ett uttalat innehåll.
- Har arrangörer och deltagare/besökare.

Han konstaterade att detta är ett växande fenomen och en allt vanligare reseanledning, eftersom det passar dagens resmönster samt är kopplat till en växande bransch baserad på trender som eventifiering och etablerade nationella och globala nätverk. På det här området hänvisade han till forskning kring ekonomiska, miljömässiga och sociala effekter som E-tour utfört.

Kopplat till projektet Upplevelsenäring lyfte han också ett skifte i perspektiv och logik. Tidigare har man oftast talat i termer av turismutveckling och destinationsutveckling med tillväxt, gästnätter, omsättning, startade företag och arbetstillfällen. Nu vill man hellre prata om platsutveckling och samhällsutveckling utifrån hälsa, välmående, identitet, stolthet, integration och glädje.

Framgångsfaktorerna sammanfattades i punkterna:

- Långsiktighet (strategi)
- Samverkan och samordning
- Prioriteringar
- Kunskapsuppbyggnad
- Stödfunktioner
- Tydliga roller och ansvar
- Hänsyn till förändringar (förnyelse)

Som ett gott exempel gav Robert Pettersson Trollhättan som, menade han, med sin Besöksnäringstrategi 2030 uppfyller de flesta och det mesta av punkterna (se mer nedan). Strategin är tidsenlig, tillgänglig, inkluderar besökaren, förankrad och till stora delar väl implementerad.

När man lyfter blicken kan man se megatrenderna digitalisering, globalisering och hållbarhet. Inom turismen fanns innan pandemin trenderna mer kultur, mer evenemang, senare beslut, social samvaro, "bleisuretravel" (business and pleasure), samt hälsa och välmående.

Efter pandemin tillkommer:

- Mer lokalt resande.
- Digitala möten ökar.
- Mer natur-/utomhusaktiviteter.
- Mindre destinationer starkare.

Trender som kan komma att bli allt viktigare är trygghet och säkerhet, besöksavgifter (ex. turistskatter), klimatförändringarna och ekonomiska konjunkturer.

Konstupplevelser i Trollhättans konsthall och NOHAB:s smedja, med fika



Skapande i konsthallens ateljé.



Konstsmiden Inge Dahlgren instruerar deltagarna hur de skall smida en kedja.

Under eftermiddagen delades deltagarna upp i grupper för att besöka två av verksamheterna på i Innovatum Science Park där det gavs smakprov på de praktiska upplevelser som erbjuds. Den ena gruppen besökte Trollhättans konsthall för en visning och eget skapande i ateljén utifrån den aktuella utställningen av Leif Holmstrands verk.

Den andra gruppen besökte NOHAB:s smedja som är en av Sveriges äldsta så kallade hammar-smedjor. Den togs i drift från 1847 då företaget NOHAB, Nydqvist & Holm AB, startade sin verksamhet. När verksamheten lades ner 1993 köpte Trollhättans kommun in samtliga inventarier för att rädda smedjan. I dag finns bland annat flera konstsmeder i lokalerna och här bjöds konferensdeltagarna på en prova-på-upplevelse.

I en fikapaus hann också matinspiratören Sven-Erik Larsson berätta om hur Österödskvinnan (se nedan) inspirerar till matupplevelser och även den aktuella fikan. Som Sven-Erik Larsson konstaterade får man gissa lite när det gäller smaker från stenåldern, men vi vet att smakerna och sinnena skapar starka minne och därför är bra att använda i upplevelsenäringen.

Det vi kan anta är att elden var central och fikaten serverades därför på lätt brända ask-assietter. Produkten var nötkaka med lokalproducerad honung, lingon och mynta, avsiktligt lite ruff i utseendet. Men god, som Sven-Erik Larsson konstaterade, eftersom mycket tyder på att Österödskvinnan åt relativt gott och levde relativt bra.

Hållbara kulturupplevelser Kraften i berättelsen – Österödskvinnan från Härnässet

CIA SÄLL, näringslivsutvecklare besöksnäring och destination Lysekils kommun
KRISTIN SVENSSON, Fornfela

Cia Säll, projektledare Upplevelsenäring och destinationsstrateg i Lysekils kommun, berättade om Lysekils arbete med att lyfta fram historien om Österödskvinnan. **Kristin Svensson**, sångerska och musiker med specialintresse för historiskt återskapad musik, visade hur musikaliska inslag kan stärka upplevelserna.

Österödskvinnan upptäcktes redan i början av 1900-talet men fick förnyad aktualitet genom SVT:s programserie "Historien om Sverige". Hennes historia och koppling till området uppmärksammades genom ett medborgarförslag, vilket fick Lysekils kommun att fundera på hur kraften i berättelsen om henne kan användas i upplevelsenäringen och platsutvecklingen.

Cia Säll berättade att man bildade en referensgrupp med människor som bor i området, äger mark och på andra sätt är intresserade eller har koppling till platsen. Hon menade att det är en viktig aspekt i att utveckla en hållbar destination, bland annat för att skapa lokal legitimitet. Arbetet fick extra kraft av kopplingen till projektet Upplevelsenäring.

Från den här starten utvecklades berättelsen, från själva Österödskvinnan till att omfatta platsen, stenåldern, människan och hennes kulturhistoria. En växande vision, kallade Cia Säll det, och en resa som fortsätter.

En mängd olika aktiviteter har genomförts. Kommunen har ordnat skyltning och parkering nära den plats där Österödskvinnan hittades med syftet att göra fyndplatsen mer tillgänglig och organiserad. Man har också arrangerat dialogträffar, skapat en vandringsled till fyndplatsen och möjliggjort utomhuskonst samt en kulturstig.

I slutet av 2025 tillkom ett kunskapslekrum baserat på berättelsen om Österödskvinnan på Havets hus i Lysekil. Ett annat viktigt inslag har också konceptet "Smaken av en plats" varit där mat, smaker och platsutveckling stått i centrum. Under en tidigare workshop gavs till exempel en introduktion till lokala råvaror och stenålderssmaker innan det var dags för den kreativa delen med matlagning över öppen eld och efterföljande berättelser under måltiden.

Här illustrerade Kristin Svensson hur toner kan vara berättelser utan ord som skapar trygghet, delaktighet och energi. Hon påpekade att vi inte vet exakt hur musiken lät för 10 000 år sedan – men vi vet att det fanns instrument, musik och sång.

Cia Säll tog vid och menade att projekt som Upplevelsenäring är som en korg där man samlar på sig goda bär och när projektet är avslutat har man bärkorgen kvar och kan välja att plocka de bär som ser godast ut. Att ta vara på bra idéer som gör historien tillgänglig är alltid viktigt, inte minst för att involvera lokalbefolkningen.

De lärdomar hon tar med sig är därför:

- Kulturarvet ägs och ska ägas av många tillsammans.
- Det livgivande landskapet – ta vara på det som finns omkring dig.
- Tankar tar tid – idéer måste få mogna.
- Den fjärde hållbarhetsaspekten – det existentiella behovet av att höra till en plats och ett sammanhang för att vara grundad.
- Berättelserna vid elden måste fortsätta att berättas.



Kristin "Fornfela" Svensson ger Österödskvinnan ytterligare en dimension.

Kom nära kulturarvet – interpretation

LINN BJÖRK, Innovatum Science Center

MÄRTA GUSTAFSSON, Innovatum Science Center



Linn Björk, kulturarvsutvecklare på Innovatum Science Center guidar deltagarna på Olidan Kraftstation med nyfikenhet som grund.

Märta Gustafsson och **Linn Björk**, Innovatum Science Center, presenterade hur de jobbar med Interpretation, en metod som arbetar med berättande genom för göra kulturarv begripligt och meningsfullt. Märta Gustafsson menade att det i grund och botten handlar om att jobba med människors nyfikenhet – att utgå från det som känns, berör och skapar upplevelser.

Under det aktuella stormötet var till exempel aktiviteterna i konsthallen och smedjan (se ovan) exempel på det – att göra något konkret och fysiskt med sina händer sätter avtryck hos oss.

Linn Björk konstaterade att människors behov av att autentiska upplevelser för att må bra är något som är belagt också i forskningen. Både hjärta och hjärna behöver sitt – med bara fakta kan en upplevelse kännas tråkig, med bara känslor tom eller kortsiktig.

De pratade sedan om hur viktigt det mänskliga mötet är. Även om tekniska/digitala lösningar kan hjälpa till är människan nästan alltid bättre på att skapa upplevelser. Rådet var att börja i frågan: vad vill vi berätta för besökaren?

Ofta handlar det om att göra svåra saker relevanta, intressanta och begripliga. De menade också att lokala eldsjälarna är avgörande för att upplevelsen ska bli trovärdig och inte bli kvar på ytan. Det är de ideella krafterna som bär kulturarvet.

Konceptet "vägledande värdskap" passar människor som inte vill ta på sig det fulla ansvaret att vara guide. Aktörerna i den här sektorn har ofta små resurser och det gäller att möta dem på rätt plats och jobba tillsammans.

I Sverige är traditionen att jobba underifrån och upp, medan i flera andra länder har ett mer akademiskt och teoretiskt perspektiv. Märta Gustafsson och Linn Björk menade att idealet är att mötas någonstans mittemellan.

UPPLEVELSENÄRING

DAG 2

PLATSUTVECKLING OCH ATTRAKTIONSKRAFT

Våga välja – utveckling av Trollhätte kanalpark som destination

ANKI CARLSSON, näringslivsutvecklare Trollhättans Stad

Anki Carlsson inledde med att uppmana deltagarna att våga välja – för att utnyttja det unika på varje plats och ta vara på den egna platsens potential. Till det behövs en strategi, så man vet vad man ska och inte ska göra.

Utöver det är det extremt viktigt att samarbeta och att kroka arm med lokala aktörer. Det första Trollhättans kommun gjorde inför framtagandet av sin besöksnäringstrategi – Besöksnäringstrategi 2030 – var att bilda ett branschråd med cirka 60 personer från politiken, föreningslivet och näringslivet.

Anki Carlsson erkände att hon inte är helt nöjd med titeln "besöksnäringstrategi" eftersom den inte riktar sig mest till traditionella besökare, inte så mycket affärsresenärer, släkt och vänner som är på besök. Hon menade att målet är att Trollhättan ska vara en så attraktiv plats att människor väljer att stanna i och flytta till staden, så egentligen handlar strategin om platsutveckling och platsvarumärke.



Anki Carlsson, näringslivsutvecklare Trollhättans Stad.

Ämnet för hennes presentation var i huvudsak Trollhätte Kanalpark som är ett av fokusområdena i strategin, tillsammans med Nature & Outdoor Tourism, Evenemang, Kulturupplevelser, Möten och Sportarrangemang. Kanalparken består av sju noder som i sig är starka varumärken men som samlade under ett paraply kan dra nytta av varandra.

Uppdraget att lansera Trollhätte kanalpark som helhet krävde samarbete med alla aktörer i området. Paketet innehöll bland annat webb, film, sociala medier, trycksak, det lekfulla äventyret Strömkarlens Escape Mission och mobilspelet Krasch i Kanalparken.

Statistiken under sommaren visar mycket positiva siffror och Anki Carlsson konstaterade att Trollhättan går som tåget. Vad är då nyckeln till framgångarna? I det hör fallet att kommunen tydligt har tagit ledartröjan och fattat viktiga beslut, pekat ut riktningen och inte minst tagit ett strategiskt ansvar.

Evenemang som verktyg – Spikön i nytt beat

MATHILDA SUNDBERG, vd på City Trollhättan Trollhättans Stad

Mathilda Sundberg är vd på City Trollhättan som under 2025 tog steget från att vara ett centrumutvecklingsbolag till att bli ett platsutvecklingsbolag som jobbar med hela Trollhättan. Syftet med att ta ett helhetsgrepp är att skapa en sammanhållen, levande och attraktiv stad för invånare, besökare och näringsliv.

City Trollhättan arbetar med tre fokusområden: platsinnovation, evenemang och kommunikation. Målet är att skapa innehåll, upplevelser och besöksanledningar tillsammans med företag, föreningar, fastighetsägare och invånare. Mathilda Sundberg menade att just evenemang fungerar som verktyg för att skapa relationer och samarbeten. Mellan kommun och aktörer, mellan olika aktörer och även mellan kommunens förvaltningar.

Hon gav sommarscenen på Spikön som exempel. Det har även tidigare varit en populär plats, men med flera olika aktörer har helheten varit svår att få ihop och ansvaret splittrat. NU ville kommunen återuppliva platsen med hjälp av evenemang och låta en aktör ta ansvar för hela platsen.



Bandet Beats 80 fick uppdraget att leda Sommarpuls Spikön och bjuda in andra personer som ville sjunga, dansa, spela instrument eller uttrycka sig på något annat kreativt sätt på scenen. Evenemanget blev en stor succé med kraftigt ökade besöks- och försäljningssiffror.

Mathilda Sundberg menade att satsningen på kort sikt ökat flödet, gett lokala artister en chans att uppträda och skapat samverkan mellan aktörer. På lång sikt har det dels skapat platsutveckling, dels visat att metoden fungerar och kan användas i andra sammanhang.

§ 112 Fredrikstad – är vi goda förfäder?

RITA ASTRIDSDOTTER, kulturutvecklare Fredrikstad kommune

Rita Astridsdotter Brudalen, kulturutvecklare Fredrikstad kommun, tog avstamp i Fredrikstads kulturstrategi och frågan: Hur får vi världen till Fredrikstad? Det vill säga, hur skapar vi internationellt intresse, lockar talanger och aktörer till staden?

Ett av projekten som ska bidra med det är Paragraf 112 som är ett konstprojekt kring hållbarhet. Namnet syftar på den norska grundlagens så kallade klimatparagraf som säger att naturens resurser ska förvaltas så att de är tillgängliga för eftervärlden.

Tanken är att undersöka om det går att presentera klimatfrågan på ett nytt sätt och hjälpa oss att vara goda förfäder för framtida generationer: Kan konst och kultur rädda världen? Under 2024 genomfördes en test och ambitionen är att etablera eventet som en triennial med den första fullversionen 2027.

Ett projekt som kommer ur den satsningen är Holmen gategalleri som också är en del av kommunens övergripande arbete med stadsutveckling. I projektet används gatukonst som en metod för att rusta upp och utveckla kvarteret Holmen som är ett eftersatt område med låg attraktionskraft.

Viktor Rakov Gjengaar, chef för Urban samtidskunst, ett resurscentrum för urban konst, engagerades. Han började med att prata och fika med de boende för att skapa förståelse och intresse för projektet, med syftet att skapa engagemang och identitet.

De fem lokala, nationella och internationella konstnärer som anlitas har arbetat utifrån helhetstanken med satsningen, platsen förutsättningar och de boende, men i övrigt helt fritt. I september 2025 presenterades verken under Fredrikstad kulturnatt och fick mycket uppmärksamhet.

Vad är då framgångsfaktorerna för att lyckas med detta och liknande projekt? Rita Astridsdotter Brudalens lista ser ut så här:

- Utgå från lokala behov
- Ha både lokala och internationella ambitioner
- Anlita professionella aktörer
- Engagera lokala ambassadörer och människor på plats
- Jobba med involvering, nätverk, engagemang
- Visa mod

ByPrek – samtal kring upplevelsenäring

LENA MOSSBERG, professor i marknadsföring vid Handelshögskolan, Göteborgs universitet

JONAS TORRESTAD, vd Folkets hus Kulturhuset Trollhättan

MAYA NIELSEN, chef Visit Fredrikstad & Hvaler och projektledare Upplevelsenäring

HENRIK OLSSON, verksamhetsansvarig Kulturarv Innovatum och projektledare Upplevelsenäring

Samtalsledare:

JØRGEN SCHRØDER AANONSEN, vd på Monde AS som arbetar inom kommunikation, strategi, visuell design, digital utveckling, utställningar och platsbaserad storytelling.

ByPrek är ett koncept som utvecklats i Fredrikstad. Det är öppna samtal mellan aktörer från olika sektorer och som på olika sätt belyser ett samhälles eller områdes utveckling och framtid. Konceptet har också använts och införlivats projektet Upplevelsenäring.

Jørgen Schrøder Aanonsen började med att be samtalsdeltagarna att kort dela med sig av tankar och intryck från stormötet. **Lena Mossberg** tog fasta på projektets nyckelord upplevelse, förståelse, kompetens och samverkan. Hon menade att alla de ingredienserna funnits med under de två dagarna, med mest fokus på samverkan där inte minst exemplen från Trollhättan varit fantastiska.

Hon ville också lyfta fram känslan av starkt engagemang som är en grundförutsättning för de extraordinära upplevelser som sektorn kan och vill skapa. Det hade hon sett många exempel på under mötet, inte minst under den första kvällens rock-quiz som hon menade bara kan sammanfattas med ordet: wow!

Jonas Torestad fyllde i att Trollhättan har kommit långt när det gäller samverkan, kanske särskilt när det gäller att balansera kommersiella och icke-kommersiella aktörer och intressen. Hans strategi för Folkets hus Kulturhuset är att verksamheten ska ta en så stor och självklar plats i samhället att den inte ska gå att flytta på eller ifrågasätta. Ekonomisk framgång är en nyckel till att göra alla de andra sakerna som man vill göra, menade han. Av praktiska skäl delas kommersiellt och icke-kommersiellt ofta upp, men i praktiken hänger de ihop.

Jørgen Schrøder Aanonsen förde in samtalet på diskussionen om mätbarhet – hur och vad kan man mäta när vi pratar om sådant som upplevelser, kultur och engagemang? Lena Mossberg konstaterade att det är en komplex fråga. Att mäta kvantitet är en sak, kvalitet är svårare – och det är ofta det senare som är relevant. För att fånga det kvalitativa i en känsla eller upplevelse räcker det inte med enkätsvar, man måste vara på plats och till exempel genomföra djupintervjuer.

Maya Nielsen menade att det finns både svårigheter och brister på området. Det går bra att mäta omsättning och andra siffror, men att mäta känslor som glädje är alltid svårare.



ByPrek, ett samtal mellan olika aktörer.

Nästa samtalspunkt handlade om hur Trollhättan lyckats så bra som man gjort. En tes var att stadens svårigheter med omställning från industrisamhället med flera stora verksamheter som försvunnit från orten, tvingat fram nytänkande och samarbeten.

Henrik Olsson menade att Trollhättebor blivit "ja-sägare", i ordets positiva betydelse av att våga bejaka nya idéer, chans och testa med risken att misslyckas utan att det gör så mycket.

Jonas Torestad höll med om känslan att staden backar upp nya idéer och även när man inte överens om alla detaljer så vill man åt samma håll. Man krok ar arm. Han illustrerade detta med att representanter från Kiruna kom på studiebesök till Trollhättan inför gruvkommunens stora stadsomvandling.

Henrik Olsson ville nyansera bilden lite och påpekade att allt inte bara är frid och fröjd i Trollhättan. I Kanalparken saknas till exempel ett sammanhängande infrastruktur för besökare. Det kan upplevas som långt mellan moderna och känslan kan vara att man utelämnas lite till sig själv. Här krävs ännu mer samarbete.

Maya Nielsen fick frågan om vad hon saknar i Fredrikstad och menade att mycket är på plats, samtidigt som det också finns ett både politiskt och ekonomisk tryck på kulturlivet som gör det svårt att arbeta långsiktigt. Här krävs ett mer intensivt arbete riktat på politiken och andra beslutsfattare. Så även om hon anser att det operativa arbetet är bra saknar

hon lite av det strategiska perspektivet. För att få ihop det som hon upplever som en lite fragmentarisk bild i Fredrikstad ville hon plocka upp det svenska uttrycket: att kroka arm.

Jørgen Schrøder Aanonsen frågade sedan om tankar kring att fortsätta bygga på den grund som projektet lagt. Henrik Olsson menade att finansieringen är central och att man måste prata ännu mer om upplevelsenäringens ekonomiska betydelse. Det nuvarande systemet är inte helt riggat för att aktörerna i den här sektorn ska kunna skapa en bärkraftig och långsiktig egenfinansiering.

Både Lena Mossberg och Maya Nielsen var inne på att det delvis handlar om aktörernas självbild och drivkrafter. Många ser sig inte som entreprenörer, de vågar eller tänker inte alltid affärsmässigt och på att ta ordentligt betalt – ofta ser man inte ens som en del av en "näring". På det sättet innebär det nu avslutade projektet flera steg framåt genom att man börjat tänka system, samverkan och affärsinnovation.

Foto: **Jonas Myrholm**, förutom bild på Kristin "Fornfela" Svensson, foto: **Elin Sörensson**, samt bilden på Spikön, foto: Wikimedia Commons.

Interreg



Medfinansieras av
EUROPEISKA UNIONEN



Sverige – Norge

