

## Slutrapport

# Förstudie: Hälsingegårdsbranschen

Dnr 2007/103

### Projektid

Projektet har bedrivits mellan 2007-05-01 och 2007-12-15. Ursprungligt beslut hade slutdatum 2007-10-31, men förlängning beviljades i samband med delrekvisition 2 p g a särskilda omständigheter som beskrivs nedan. Det nya beskedet var att slutrekvisition skulle göras senast 2007-12-31.

### Syfte och mål

Projektet avsåg att ta fram en projektansökan för Mål 2 programmet Konkurrenskraft och sysselsättning. En förutsättning var att samverkan skulle ske med Världsarv Hälsingegårdar. Målet var ursprungligen att projektansökan skulle vara klar i slutet av september.

Under de diskussioner som fördes enades de båda parterna om att arbeta fram en gemensam ansökan, vilket dock inte kunde ske inom tiden fram till det första beslutstillfället i september. Arbetet har fortgått under hösten, vilket motiverade en förlängning av projektet, dock längst t o m 31 december. Arbetet fortgår med sikte på en ansökan i början av januari, och Hälsingegårdar ek för avser att fullfölja sin insats i det arbetet även efter att förstudiens projektid upphört.

Mellan de olika parterna i projektet har det funnits en hel del meningsskiljaktigheter kring prioriteringen mellan olika aktiviteter samt organisation och ledning. Dessa diskussioner har tagit mycket tid och föranlett en omprioritering av resurserna i förstudien till förmån för externa tjänster. Arbetet har i hög grad kommit att präglas av argumentation för gårdsägareföreningarnas och den affärsmässiga utvecklingens betydelse i arbetet med att etablera Hälsingegårdarna som ett av FN:s världsarv. Diskussionerna har dock förts i en konstruktiv anda och gårdsägareföreningen har ambitionen att medverka till goda lösningar även i de fortsatta diskussionerna.

I skrivande stund är bedömningen att målet – en gemensam ansökan till mål 2 med Region Gävleborg som projektägare – kommer att kunna uppnås.

### Verksamhet

För uppdraget att genomföra förstudien anlätades genom direktupphandling Hamlin Eldsjälavård. Överenskommelse träffades och arbetet inleddes den 2 augusti 2007, dessförinnan hade styrelsen gjort vissa förberedelser. För genomförande av en processdag med hälsingegårdsägare 24 augusti anlätades Birgitta Keller Resursutveckling. Ett antal Hälsingegårdsägare har genom ideellt arbete bidragit med underlag för förstudiearbetet, främst vid en studieresdag i Forsabygden den 18 augusti, processdagen i Järvsö den 24 augusti samt ett gårdsägarmöte i Bollnäs den 14 oktober.

Förstudiens ledningsgrupp (Mats Fack, Jakob Silén och Roland Hamlin) hade under augusti ett antal samtal med företrädare för Region Gävleborg, bl a P-O Svensson, Björn Mårtensson, Stig Eng och Calle Dandanell. Samtalen utmynnade i en skrivelse med begäran om att regionen skulle ta på sig

projektägaransvaret för det kommande mål 2-projektet (bilaga 1). Under processdagen i Järvsö 24 augusti gjordes en genomgång av gårdsägarnas visioner och prioriteringar inför framtiden (dokumentation av processdagen, bilaga 2).

Vid möte mellan de båda projektinitiativens styrgrupper beslöts att Roland Hamlin skulle representera gårdsägarna i en skrivargrupp för ett nytt projekt. Denna grupp har sedan haft ett antal möten. Diskussioner om det framtida projektets innehåll har också förts bland annat i styrgruppen för Världsarv Hälsingegårdar, i styrelsen för Hälsingegårdarnas ek för samt i ett möte som sammankallades på Region Gävleborg den 19 november. Möte har också hållits med bl a Nutek den 7 december.

Gårdsägarföreningarna har med utgångspunkt i styrelsediskussioner samt öppna möten med gårdsägarna framhållit vikten av att den uppskattade verksamheten i två framgångsrika Leaderprojekt – "Hälsingegårdar Turism" samt "Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig" – ges möjlighet att fortsätta och utvecklas, även om vi accepterat att de ekonomiska ramarna måste minskas. En preliminär beskrivning av dessa aktiviteter arbetades fram (bilaga 3).

Det tidigare rådgivningsprojektets verksamhet har i modifierad form fått plats i den nya mål 2-ansökan. Den turistiska samordning, destinationsutveckling och marknadsföring som vi anser nödvändig för att branschen skall växa till har däremot inte, som vi önskat, fått något utrymme i mål 2-projektet. Istället har denna hänvisats till Hälsingland Turism och deras uppdrag att marknadsföra Hälsingland. Att även denna fråga får en tillfredsställande lösning är enligt vår mening avgörande för att världsarvsprojektet skall lyckas.

Till slutrapportens bilagor bör läggas den mål 2-ansökan som förväntas bli färdig i början av januari 2008 i samverkan med Världsarvsgruppen.

Järvsö 2007-12-27

Mats Fack  
ordf Hälsingegårdarnas ek för

Roland Hamlin  
konsult i förstudien

## Till Region Gävleborg

Box 834, 801 30 Gävle

# Förfrågan om projektägarskap för utvecklingsprojekt om Hälsingegårdar

Hälsingegårdarnas ekonomiska förening hemställer härmed om att Region Gävleborg prövar frågan om att ta på sig projektägarskapet samt medfinansiera en ansökan om mål 2-medel hösten 2007.

### **Bakgrund:**

Flera aktörer har, med eller utan projektmedel och med varierande finansieringsformer, arbetat med att utveckla begreppet "hälsingegårdar" under många år. Flera EU-finansierade projekt upphör under hösten 2007 då den aktuella programperioden löper ut.

Olika huvudmän har olika roller och ansvarsområden, men i många avseenden tangerar de varandra. **Ingen aktör "äger" ensam hela frågan.** Därför krävs samverkan.

Det är också nödvändigt med en samordning av resurserna för att nå goda resultat, och även för att kunna forma ett projekt av tillräcklig höjd för mål 2-finansiering. Vid ett möte i Gävle den 30 maj på inbjudan av länsstyrelsen sonderades förutsättningarna för ett sådant projekt. Hälsingegårdarnas ekonomiska förening, som redan lämnat in ansökan om en förstudie, fick då sanktion för att i förstudien arbeta med ett sådant förslag, givet att det sker i dialog med alla berörda parter.

Förstudien finansieras av Region Gävleborg och den ekonomiska föreningen med lika belopp. För arbetet med förstudien svarar Jakob Silén och Roland Hamlin tillsammans med föreningens ordförande Mats Fack.

Under augusti 2007 har samtal förts med bl a tjänstemän och politiker i Region Gävleborg, Nutek och länsstyrelsen samt projektledare i de olika projekt som idag arbetar med Hälsingegårdsfrågan. Det har framgått att det finns planer på en framtida mål 2-ansökan avseende världsarvsförberedelser och uppbyggnad av informationscentra, sannolikt med RG som projektägare. För andra insatser kan man tänka sig olika projektupplägg.

### **Vårt förslag:**

Region Gävleborg tar på sig rollen som projektägare för en gemensam mål 2-ansökan i flera steg. Denna samlar alla de insatser på området som är möjliga att finansiera inom mål 2.

Av dem finns det vissa delar som behöver komma igång snarast för att inte gjorda framsteg skall gå förlorade, medan andra kräver ytterligare förberedelser innan de kan preciseras tillräckligt. Därför föreslår vi en ansökan i flera steg, där tiden i steg 1 används för att förbereda de kommande stegen på ett bra sätt.

Hälsingegårdsarbetet innehåller ett flertal olika byggstenar, där olika aktörer är involverade i olika grad. Nedan följer ett försök till sortering av "pusselbitarna". Denna beskrivning kan och bör utvecklas i fortsatt dialog med berörda parter.

### ***På vägen mot världsarv***

Nuvarande arbete med ansökan och förberedelser behöver fullföljas fram till och efter UNESCOs beslut 2009.

Erik Nordins utkast till "management plan" för Världsarvet Hälsingegårdar kan vara underlag. Projektledare Anna Joners har ett uppdrag att utveckla behovet av insatser för att förbereda den världsarvsförklaring som väntas 2009.

### ***Informationcentra och marknadsföring***

Information om Hälsingegårdar sker idag i varierande grad genom flera aktörer, såväl säljriktat som icke-kommersiellt. Inför väntad turism behövs bemannade infocenter/centra, framtagning av bildspel, filmer, monterinredningar m m. Hemsidan behöver utvecklas med mer sökbar information och länkas till ett system för direktbokning via internet. Utbildningsmaterial och forskningsplatser behöver tas fram.

### ***Turismutveckling***

Drivs idag av kommunerna i samverkan med Hälsingegårdarnas intresseförening (projektägare Ljusdals kommun, projektledare Ylva Olofsson, EU-finansiering via Leader+). Internationella kontakter, utveckling av säljbara produkter. Dagens nära samverkan med Hälsingland Turism (samlokalisering) bör bestå. Medverkan vid mässor etc för att öka intresset.

### ***Affärsrådgivning till gårdsägare***

Har fram till nu skett inom ramen för ett Leaderprojekt ägt av läns museet (projektledare Birgitta Esbjörnsson). Bör kopplas ännu tydligare än idag till dels kommunernas näringslivsbolag, dels Hälsingegårdsägarnas ek förening. Många framgångsrika Hälsingegårdsföretagare är garantin för att världsarvet genererar lokal tillväxt, och i förlängningen att det finns resurser för att fortsätta vårda kulturarvet.

### ***Antikvarisk rådgivning***

Skär idag inom ovannämnda Leaderprojekt. Den antikvariska kompetensen finns främst på läns museet. Den nära samverkan mellan antikvarisk och affärsmässig rådgivning är ett uppmärksammat framgångsrecept (Årets Leaderprojekt 2006) som måste bevaras i det fortsatta arbetet.

### ***Organisationsutveckling***

Stöd i uppbyggnaden av den ideella och den ekonomiska föreningen. Delfinansieras av intäkter/nyttjandavgifter med sikte på självfinansiering av verksamheten vid projektets slut.

### ***Nätverksbyggande***

Sondering av möjligheterna till stärkt samverkan med Gästrikland – Dalarna – Värmland. Gemensamt tema: Ekonomisk utveckling i och kring kulturhistoriska lantbruksmiljöer. Kring detta tema kan vi även söka partners i flera delar av Europa. Här kan vi både bygga vidare på befintliga internationella kontakter och söka nya.

Stärkt samverkan med LRF och konceptet Bo på Lantgård, som även uppmärksammat kulturmiljöfaktorer.

Utfallet av detta moment beror i hög grad på vilket gensvar vi möter hos andra parter. Det första året bör därför utgöra en kontaktfas vars utfall kan påverka inriktning och finansiering för kommande år i projektet.

# Skiss till en "trestegsraket"

(preliminär beskrivning)



## Skiss till budget för steg 1

Affärsutveckling ca 50% fr o m 2008-01-01.	260.000/år
Upphandlad konsulttjänst.	
Antikvarisk rådgivning ca 50% fr o m 2008-01-01.	240.000/år
Upphandlas (sannolikt läns museet)	

Turismutvecklingsansvarig ca 50%, periodvis högre	300.000/år
Konsulttjänster för nätverksbyggande, partnersök, infomaterialproduktion m m. Fr o m 2007-09-01	400.000/år
Administrativt stöd, styrgrupp, ledning m m	100.000/år
Hyra av lokaler, telefon, dator	100.000/år
Resor	150.000/år
Utbildningar, seminarier, möten etc	250.000/år
<b>Summa</b>	<b>1,8 milj/år</b>

### Tidsplan (skiss)

2 halvåret 2007	150.000
2008 enligt ovan	1.800.000
2009 enligt ovan	1.800.000
1 halvåret 2010	900.000

Fr o m 2010-07-01 formas nytt projekt med nya förutsättningar.

Samverkan mellan fast personal och köp av konsulttjänster ger kontinuitet och en måttlig grunddriftskostnad men samtidigt flexibilitet att kraftsamla när extrainsatser behövs. Gårdsägare som är entreprenörer har både sakkompetens och möjlighet att göra insatser på konsultbasis, men även konsulter med annan bakgrund kan tas in för avgränsade uppdrag.

Fördelningen av ansvarsområden mellan olika privata och offentliga aktörer klargörs i huvuddrag genom ett samverkansavtal mellan de olika aktörerna eller i projektplanen. Samordningen i detalj säkerställs genom regelbundna möten mellan de projektanställda i olika roller och genom att en partssammansatt styrgrupp övervakar hela projektet.

### Möjliga alternativ

Vi är medvetna om och respekterar RG:s återhållsamma attityd till att driva egna projekt. Vi har därför övervägt och sonderat möjligheterna att någon annan organisation står som projektägare, t ex någon av Hälsinglands kommuner, Hälsingland Turism ek för eller vår egen förening. Detta är tänkbart men leder till nya svårigheter.

I de sistnämnda fallen riskerar likviditets- och administrationsproblematiken att hämma projektets uppbyggnad och dra fokus från det arbete som behöver göras. Med en enskild kommun som projektägare går en del av det hälsingeövergripande perspektivet förlorat. Vi vill dock påpeka att Ljusdals kommuns projektägarskap för Leaderprojektet Hälsingegårdar Turism ur vår synvinkel har varit en mycket bra lösning.

Det viktigaste argumentet för vårt förslag är ändå att samordningen mellan de olika insatserna kring Hälsingegårdar underlättas om de samlas i ett och samma mål 2-projekt. Drivs två olika projekt med olika huvudmän är man tvingad att definiera gränserna noga och det ena projektet får överhuvudtaget inte ägna sig åt något som görs i det andra. Här finns ett uppenbart gränsland, t ex när det gäller produktion av informations- och marknadsföringsmaterial där världsarvs- och turismutvecklingsansvariga självklart bör samverka. Finns man under samma hatt är detta okomplicerat.

Då såväl Region Gävleborg som mål 2-sekretariatet befinner sig i uppbyggnadsskeden inser vi de praktiska svårigheterna med att fatta beslut på kort varsel och på ett underlag som fortfarande är preliminärt på flera punkter. Samtidigt ser vi behovet av att inte förlora tid i hälsingegårdsarbetet, och vi upplever ett brett politiskt stöd för vårt arbete. Därför vill vi gärna pröva möjligheten att få ansöka om mål 2-medel redan vid ansökningsomgången den 28 september. Visar detta sig omöjligt får vi fortsätta dialogen om andra tänkbara vägar vidare.

Initiativet till en förstudie, som RG välvilligt bidragit till, är vårt försök att bidra till en ökad samordning och ett mer sammanhållet arbete med att utveckla Hälsingegårdarna som en viktig tillväxtfaktor för Hälsingland.

Hälsingland 2007-08-17

Med vänlig hälsning

Mats Fack

Ordförande

Hälsingegårdarnas ekonomiska förening

[mats.fack@telia.com](mailto:mats.fack@telia.com), 0651-41121, 070-5868584

## Dokumentation

# Processdag om Hälsingegårdar

Stene gård, Järvsö, fredag 24 augusti 2007 kl 9.00-16.00.

**Deltagare:** Ann-Christine Asplund, Annika Hildingsson, Elisabeth Eriksson, Mats Fack, Jakob Silén, Per Eriksson, Carin Gisslén-Schönning, Ivar Svedén, Britta Blank, Elisabeth Li, Margareta Krause, Roland Hamlin.

**Processledare:** Birgitta Keller, [www.kellercoach.se](http://www.kellercoach.se)

**Dokumentation:** Roland Hamlin, [www.eldsjalavard.se](http://www.eldsjalavard.se)

Processdagen inleddes med en presentationsrunda samt en runda om vilka förväntningar var och en hade på dagen. Då inbjudan handlat om att fylla en framtida projektansökan med innehåll var alla inställda på det, men det fanns också önskemål om att för egen del bli mer insatt i frågeställningarna och att diskutera andra aktiviteter som Hälsingegårdar ekonomisk förening kan arbeta med även utanför projektet.

Därefter redogjorde Britta Blank och Jakob Silén för innehåll och aktiviteter i de båda Leaderprojekt, "Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig" och "Hälsingegårdar Turism", som inom kort avslutas.

Resten av förmiddagen ägnades åt samtal i par samt i grupper om fyra. Idéer och förslag skrevs ner på klisterlappar utan föregående prövning av realismen i dem. Under lunchen grupperade Birgitta lapparna utifrån gemensamma teman. Efter lunchen formades nya grupper, som fick välja några förslag vardera att vidareutveckla utifrån frågeställningarna:

- Vad är målet?
- Vilka aktiviteter behövs?
- Vad skall man tänka på?

Avslutningsvis fick gruppen rangordna vikten av förslagen genom att var och en fick 12 "röster" att fördela. Nedan redovisas huvudrubrikerna för de valda idéerna med antal "röster" samt en sammanfattning av det resonemang som fördes då grupperna presenterade sitt arbete för varandra. Där flera grupper arbetat med likartade frågor har de slagits samman.

### ***Databas – Portal (26)***

Det är ett starkt önskemål från samtliga närvarande att allt hälsingegårdsrelaterat material på Internet är nåbart via en och samma hemsida, antingen genom att finnas på samma adress eller genom att det material som finns länkas samman.

Sökbarhet är viktigt, via databasen bör besökaren kunna söka och sortera ut vilka gårdar som t ex erbjuder Bo på Hälsingegård, har extra fina målningar eller textilsamlingar att visa, som serverar lokalproducerad mat eller säljer lokalt hantverk.

Sidan måste ha en säljande funktion, d v s när besökaren blir intresserad av att besöka en hälsingegård skall det vara enkelt att hitta prisinformation och boka direkt på nätet. Samordning skall ske med Hälsingland Turisms bokningsdatabas så det inte blir dubbelarbete. Det finns ett brett stöd för tanken på att en del av förtjänsten vid nätbokning avsätts för att finansiera fortsatt drift och uppdateringar av sidan, så den inte blir beroende av projektfinansiering.

Sidan måste innehålla kunskap och information till turister men även till gårdsägarna. För att sidan skall bli välbesökt krävs aktivt arbete med länkning till/från andra sajter. Exempel: söker man efter golfbanor i Hälsingland skall man också få impulsen att boka boendet på en Hälsingegård i närheten av golfbanan.

Sidan skall vara enkel att uppdatera och översatt till flera språk.

### ***Marknadsföring (20)***

Det är viktigt att fortsätta det goda samarbetet med Hälsingland Turism. Genomtänkta insatser mot utvalda målgrupper för att det inte skall bli för kostsamt. Marknadsföra Hälsingegårdar som konferensmål . Skapa paketlösningar för olika målgrupper, prissatta och lätt bokningsbara.

Utöka internationella marknaden successivt, i första hand genom hemsidan

Fånga turister som är på väg till Höga kusten eller Nordkap.

En grupp funderade särskilt kring vad som kan göras för att Hälsingegårdar ännu mer skall uppmärksammas i massmedia, då det är en oöverträffad (och billig) marknadsföring. Idéer som ventilerades handlade om att använda befintliga kontakter, mata media med idéer och reportageuppslag, att bjuda in utländska journalister, att (med urskillning) använda sig av medias intresse för kända namn samt att skänka hälsingegårdsvistelser som priser till tävlingsprogram i TV. Det är bra om man kan åstadkomma en samsyn mellan gårdsägarna om kontakter med media, så det blir rätt saker som förs ut.

### ***Arrangemang på gårdarna (20)***

En viktig metod att öka intresset och besöken är att ordna olika slag av arrangemang. Här varierar gårdarna mycket, inte minst när det gäller publikkapacitet, men även arrangemang som riktar sig till en mindre publik är viktiga. Förslag som nämndes var folkmusikkonserter (ev med dans), föreläsningar, teaterföreställningar där gårdsmiljön ingår i rekvisitan, byavandringar med historiskt kunnig guide m m. Det är viktigt med samordning i tid och geografiskt för att undvika kollisioner.

### ***”Interngrossist” (6)***

En del intresse ägnades åt tanken på att skapa en fungerande internmarknad för lokala matprodukter och hantverk, då det finns goda förtjänstmöjligheter i att sälja sådant i samband med turistbesök på gårdarna. För detta krävs en bra funktion (på internet) för att synliggöra utbud och efterfrågan), dessutom en samordning av distribution för att få ner fraktkostnaderna.

### ***Nätverkande (19)***

De utökade kontakter mellan Hälsingegårdsägare som blivit följderna av tidigare projekt och föreningsbildningar upplevs som mycket positiva och konstruktiva. Att träffa andra gårdsägare är viktigt för att inspirera och uppmuntra, för att skapa samsyn om vilket budskap man vill föra ut och för att kvalitetssäkra hälsingegårdsturismen. Rundresor för att besöka varandras gårdar – gärna med anonym feedback på vad man sett – samt gemensamma utbildningar i olika frågor (t ex guidning) är saker man gärna vill att ett framtida projekt samordnar.

Det finns också ett önskemål om gemensamma möten med världsarvsgruppen för dialog och bättre samordning av insatserna. En oklarhet som det finns ett akut behov av att reda ut är vem/vilka som har rätten till Hälsingegårdslogotypen och vilka krav som skall ställas på den som skall få rätten att använda sig av logotypen i sin marknadsföring.

## **Utbildning/Kvalitetstänkande (36)**

Att det finns fortsatta resurser till rådgivning, både kring ekonomisk affärsutveckling och när det gäller antikvarisk vård av byggnader och interiörer, är avgörande för att antalet företag skall kunna öka med fortsatt hög kvalitet. Det finns en uttalad oro för vad som händer med den saken när nuvarande projekt upphör. Gemensamma utbildningar behövs för att bygga på kunskaperna hos medlemmarna, för att inspirera till fler aktiviteter ute på gårdarna och för att säkra en fortsatt hög kvalitet. Ett starkt nätverk mellan deltagarna är en betydelsefull följd av att man deltar i gemensamma utbildningar.

Det är också viktigt att specifik hälsingekunskap (historia, arkitektur, inredning) är spridd inte bara bland de affärsdrivande hälsingegårdsägarna utan bland allmänheten. Kunskap om hälsingegårdarna behöver bli en del av skolundervisningen på mer genomtänkta sätt. Kanske genom att man producerar en särskild lärobok för grundskolan och genom att man erbjuder skolorna att ta del av den kunskap som många gårdsägare har. Ett mål kunde vara att varje lågstadielklass har deltagit i en guidad tur genom en hälsingegård innan de gått ut tredje klass.

## **Blandade idéer ur processgruppen**

Nedan följer ett antal av de idéer/tankar som producerades i den inledande fasen, men som det inte fanns tid att utveckla vidare under den här dagen, samt några signifikanta yttranden

### **Mål**

Få upp volymerna, förlänga säsongen  
100 företag, 30 Bo på Hälsingegård, 200 bäddar  
Bygga upp ett byggnadsvårdscenter i Hälsingland  
Enas omkring vad vi vill göra av världsarvet  
*"Världsarvet får inte bli en ekonomisk belastning för min gård!"*

### **Marknadsföring/Utveckling**

Förlänga säsongen genom marknadsföring i utlandet  
Infocenter lokalt och på Skansen  
Bygga paketering (bo, mat, upplevelser, guidning, matverksamhet)  
Bokningscentral för paketresor  
En reseguide till Hälsingland – skriven av en turist  
Lyfta fram matkulturen i Hälsingland  
Uppdaterad lättillgänglig informationsbank  
Kvalitet – Egenkontrollsystem - Gemensam lägsta kvalitetsnivå  
Rikta sig till rätt kundgrupp, den som värdesätter kvalitet  
*"Högre pris ger mer medvetna gäster, som ger mindre slitage"*

### **Nätverksaktiviteter**

Delta i internationella nätverk för boende i kulturhistoriska miljöer  
Nätverksaktiviteter (rundresor, internutbildningsutveckling, ökad samsyn)  
Studieresor till toppanläggningar  
Avbytarsystem för Bo på H-gård  
Ta fram gemensamma försäkringslösningar

Processdagen avslutades med en kort utvärderingsrunda, med bred enighet om att det varit en värdefull dag. Diskussionen ansågs också ha bekräftat att såväl föreningens inledande arbete som det pågående förstudiearbetet är "på rätt väg", ur gårdsägarnas synvinkel.

## Projekt Världsarv Hälsingegårdar, idéskiss

# Delmoment Affärsutveckling

## Hälsingegårdarna ek för

### Inledning

Hälsingegårdarna är ett ovanligt världsarv i det avseendet att det består av en mångfald av tusentals byggnader, varav det stora flertalet är i privat ägo och används dagligen.

Byggnaderna på en hälsingegård har uppförts och bevarats därför att de fyllt en viktig funktion och bidragit till gårdens ekonomi. Genom jordbrukets strukturomvandling har den rollen förändrats kraftigt. Om den ursprungliga funktionen gått förlorad och byggnaden blir en ekonomisk belastning istället för en tillgång, är bevarandet ständigt hotat.

Att förbjuda förändring och ge offentliga bidrag till restaurering är en gångbar väg bara i ett fåtal fall. Vid sidan av det starka skyddet för 15 centrala hälsingegårdsmiljöer är det viktigt att de tusentals gårdarna så långt det är möjligt behåller sin karaktär även när de utvecklas i takt med tiden. Annars kommer världsarvet Hälsingegårdarna obönhörligt att urvattnas.

En utveckling av nya intäktsbringande verksamheter på hälsingegårdarna är därför nödvändig

- För att skapa ett ekonomiskt underlag för fortsatt varsam skötsel av byggnaderna där offentliga bidrag inte räcker till
- För att ge gårdsägarna möjlighet att bo kvar på gårdarna trots de merkostnader kulturvården kan medföra
- För att ge fler gårdsägare starkare incitament att slå vakt om sina gårdars kulturvärden
- För att säkerställa att det finns gårdsmiljöer som är öppna för besökare även framgent
- För att världsarvet Hälsingegårdarna skall bidra till nya arbetstillfällen och ekonomisk utveckling i regionen

De senaste årens strålkastarljus på hälsingegårdarna har bidragit till en positiv utveckling på turismområdet. Merparten av denna utveckling kommer främst andra än gårdsägarna tillgodo: hotell, restauranger, butiker, transportföretag m m. Vid en världsarvsförklaring kan den turistiska utvecklingen väntas öka ytterligare, men även om det inte skulle bli någon världsarvsförklaring så är en ekonomisk utveckling på hälsingegårdarna både möjlig och nödvändig. Huvudsyftet med detta delmoment i projektet är att turismintäkterna till länet dels skall öka väsentligt, dels att de i högre grad skall komma gårdsägarna tillgodo och därigenom bidra till att säkra ett fortsatt bevarande av gårdarnas kulturvärden.

## Delmoment affärsutveckling

Inom ett tidigare Leaderfinansierat projekt (ägt av läns museet Gävleborg och avslutat 070831), har en modell för affärsmässig och antikvarisk rådgivning till gårdsägare utvecklats. Samordningen mellan dessa två funktioner, som annars riskerar att hamna i motsatsställning, har visat sig vara mycket framgångsrik. Det är nu dags att bredda modellen så att den samordningen präglar alla aktörer på området.

Inom delprojektet avser vi därför att genomföra gemensamma utbildningar för affärsrådgivare och antikvariska rådgivare, för att skapa ömsesidig förståelse för varandras kompetenser och roller. Kurserna skall bygga på gemensamma studiebesök och erfarenhetsutbyte, tillsammans med föreläsningar om antikvariska hänsyn för affärsrådgivare och om affärsmässiga hänsyn för antikvariska rådgivare. Såväl utbildningens faktiska innehåll som de kontakter som skapas skall borgea för en ökad samordning och samsyn i det praktiska rådgivningsarbetet. Deltagande i utbildningen skall vara obligatorisk för samtliga rådgivare som anlitas i projektet Världsarvs Hälsingegårdar.

Antikvarisk rådgivning sker inom andra delar av världsarvsprojektet, men genom denna utbildning garanteras att den affärsmässiga aspekten finns med redan i den rådgivningen. Därutöver skall projektet i denna del erbjuda affärsmässig rådgivning till dem som vill gå vidare. Denna skall vara delvis egenavgiftsfinansierad och enligt ett ramavtal kunna erbjudas genom varje rådgivare som gått utbildningen och har fått "hälsingegårdsglasögon".

För att styra detta delprojekt tillsätts en ledningsgrupp där två ledamöter tillsätts av projektägaren Region Gävleborg, en av Läns museet Gävleborg, en av Hälsingegårdarnas intresseförening och två av Hälsingegårdarna ekonomisk förening. Styrgruppen har ca fem arvoderade sammanträden per år och delprojektet behöver samordnas med ca 0,5 tjänst, antingen genom att en anställning utlyses eller genom att en eller flera person(er) timarvoderas. Samordnarens uppgift är att upphandla kurser och föreläsningar, arrangera och leda nätverksträffar samt delta i samverkan med övriga delar av världsarvsprojektet.

Nedan anges en kostnadsram för nettokostnaden. Utfallet av upphandlingarna samt deltagaravgifternas storlek och antal deltagare avgör hur många kursdagar, nätverksträffar och rådgivningstimmar som kan genomföras inom denna ram.

<b>Kostnadsskiss</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Planering och genomförande av kurser (upphandlas)	200.000	150.000	150.000
Utbildningsserie riktad till allmänheten (gårdsägare och andra intresserade)	50.000	75.000	75.000
Nätverksträffar för kommersiella hälsingegårdar	35.000	35.000	35.000
Affärsrådgivning	100.000	100.000	100.000
5 ledningsmöten á 7.000 (arvoden, resor, lokal, mat)	35.000	35.000	35.000
Samordnare 0,5 tjänst alt timarvodering	260.000	260.000	260.000
Lokal, telefon, dator etc	50.000	50.000	50.000
Omvärldsbevakning/kunskapsinhämtning	20.000	20.000	20.000
<b>Summa</b>	<b>750.000</b>	<b>725.000</b>	<b>725.000</b>

## Målsättning

Antalet gårdar som erbjuder "Bo på hälsingegård" ökar med fyra per år under projektperioden (utgångsläge: elva gårdar sommaren 2007) Antalet gästnätter ökar med 15% per år.

Antalet gårdar med affärsdrivande verksamhet ökar med tio per år. Mått: antalet medlemmar i Hälsingegårdar ek för (utgångsläge: X st 2007-10-01)

## Delmoment marknadsföring

Hälsingegårdarna utgör en stark USP (Unique Selling Point) för Hälsinglands turismnäring. Hälsingland Turism kommer vid sidan av sin allmänna marknadsföringsbudget att få ett särskilt stöd avsett för att främja marknadsföring av Hälsingegårdarna. Det är angeläget att den marknadsföring och informations spridning som sker kring Hälsingegårdarna samordnas för att nå bästa möjliga effekt. Hälsingland Turism bör ha det samlade ansvaret, men det är viktigt att det utvecklas ett forum för löpande samråd kring marknadsföringen mellan Hälsingland Turism, kommunernas turistbyråer, världsarvsgruppens informationsarbete och gårdsägarna. Principer för marknadsföringen bör stå på dagordningen både vid styrgruppsmöten och vid regelbundna möten mellan de ansvariga för olika delmoment.

Allt informationsarbete måste bedrivas med ett kundperspektiv för ögonen. Den som söker information på [www.halsingegardar.se](http://www.halsingegardar.se) måste med ett enkelt knapptryck på skärmen hitta till prisinformation, on-line- bokning och nätbetalning av besök, boende, visningar och aktiviteter. Likaså måste allt tryckt material innehålla tydliga hänvisningar till var sådan information finns. Medfinansiering av de parter som drar kommersiell nytta av informations spridningen kan också bidra till att öka den totala påverkan.

Besökscentra för världsarvsturister måste byggas upp på ett sådant sätt att det främjar försäljning av hälsingegårdsrelaterade produkter. Det är därför viktigt att Hälsingland Turism och Hälsingegårdarna ek för ges möjlighet att delta i planeringen av marknadsföringen.

<b>Kostnadsskiss</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Turismutvecklingsamordnare 0,x tjänst	xxx.000	xxx.000	xxx.000
Kampanjer	xxx.000	xxx.000	xxx.000
Mässdeltagande	xxx.000	xxx.000	xxx.000
<b>Summa</b>	<b>xxx.000</b>	<b>xxx.000</b>	<b>xxx.000</b>

## Gårdsägarnas roll i det övergripande projektet

För ett världsarv som är spritt på så många privata ägare som hälsingegårdarna är den folkliga förankringen för världsarvstanken av avgörande betydelse

- för att världsarvsförklaringen alls skall bli verklighet
- för att världsarvet skall säkras långsiktigt
- för att världsarvets möjligheter att leda till ekonomisk utveckling för regionen skall tas tillvara

År 1998 bildades den ideella föreningen Hälsingegårdsägarna för att föra gårdsägarnas talan i arbetet. Den är öppen för alla som äger en hälsingegård eller av andra skäl är intresserade av hälsingegårdar. År 2007 bildades även en ekonomisk förening för att främja de hälsingegårdsägare som specifikt önskar arbeta med utveckling av affärsverksamhet på gårdarna. Samverkan med dessa båda föreningar är det effektivaste sättet att kanalisera insatser riktade mot dessa båda målgrupper. En hög anslutningsgrad och hög aktivitetsnivå i de båda föreningarna bidrar till att skapa och bibehålla ett folkligt stöd för världsarvet Hälsingegårdar. De båda föreningarna bör därför tillsätta två representanter vardera i projektets styrgrupp.

Det är också viktigt att samtliga ansvariga för olika delmoment har en regelbunden samverkan även om man har olika ansvarsområden. Fördelen med ett gemensamt projektägarskap är att samverkan i områden som tangerar varandra inte försvåras av gränsdragningen mellan olika projekt. Det måste också finnas en beredskap att samverka med eventuella kommande projekt med annan finansiering, t ex genom landsbygdsprogrammet, som kan bli verklighet senare under perioden

För att säkerställa en långsiktig finansiering av världsarvets utveckling är det viktigt att en princip om egenfinansiering etableras. Det är en avgörande framgångsfaktor att en framtida självfinansiering av aktiviteter inte undermineras av att insatser som har ett kommersiellt värde erbjuds gratis med projektfinansiering. Övergången från bidragsfinansiering via projektmedel till egenfinansiering via avgifter och intäkter måste ske stegvis men inledas tidigt och öka successivt. Deltagande i kurser och nätverksträffar, nyttjande av rådgivningstjänster, exponering i marknadsföringsmaterial och mässor och rätten att marknadsföra varor och tjänster under världsarvets logotyp måste därför prissättas på ett sätt som tar hänsyn till

- vad tjänsten kostar att producera,
- i vilken mån deltagaren i aktiviteten genom sitt deltagande bidrar till att förverkliga projektets övergripande syften
- vilken kommersiell nytta deltagaren själv har av sitt deltagande