

HÅLLBAR PRODUKTUTVECKLING



 SMÅLANDS TURISM

EN PROJEKTBERÄTTELSE 2016–2019

INNEHÅLL

03

FÖRORD
VD

04

ATTITYD OM
SLUTUTVÄRDERING

05

HÅLLBAR PRODUKTUTVECKLING
BAKGRUND

06

HÅLLBAR PRODUKTUTVECKLING
SYFTE & MÅL

07

HÅLLBAR PRODUKTUTVECKLING
PILOTOMRÅDEN

08

SAMMANFATTNING
AKTIVITETER

09

SAMMANFATTNING
TIDSLINJE TEMAOMRÅDEN

10

TEMAOMRÅDE
MÅLTIDSUPPLEVELSER

12

TEMAOMRÅDE
NATUR- & KULTURTURISM

13

TEMAOMRÅDE
UNIKA BOENDEN

15

TEMAOMRÅDE
CYKLING

17

INBLICK I PROJEKTET
FORSKAREN HAR ORDET

19

PROJEKTRESULTAT
INDIKATORER

20

UTVÄRDERARENS REFLEKTIONER
AVTRYCK I REGIONEN

21

UTVÄRDERARENS REFLEKTIONER
ERFARENHETSUTBYTE

22

UTVÄRDERARENS REFLEKTIONER
HÅLLBARHETSARBETE

23

SMÅLANDS TURISM
FRAMGENT

Under projektets gång har Smålands Turism tagit till sig en massa lärdomar, sådant som uppfattades som lätt i starten var svårt och tvärtom. Efter identifiering vilka aktiviteter som ger bäst utfall samt inventering av kultur- och naturmiljöer med hjälp av ledande expertis i uppstartsfasen, skapades snabbt givande relationer med

En produktionsteknik är framtagen efter identifieringen av vilka aktiviteter som gett bäst utfall. Metoden vaskar på ett systematiskt sätt fram potentialen inom olika teman och/eller pilotområden och leder sedan genom olika former av kunskapsspridning och workshops fram till nya produkter och upplevelser.

Under projektets gång har det blivit tydligare var länet har sin största potential och var man i framtiden bör koncentrera sina krafter. Att besitta denna kunskap från hela HPU-projektet har tidsmässigt blivit optimalt för Region Jönköpings län som organiserat sig och där besöksnäringen nu har en fast hemvist samt att vi tillsammans planerar att påbörja arbetet med en första regional besöksnäringstrategi 2020.

Helene Berg
VD/Smålands Turism

ATTITYD OM SLUTUTVÄRDERINGEN



En extern utvärderare är värdefull i rollen då en projektorganisation ofta har verksamheten nära. Det kan vara svårt som intern part att dra objektiva slutsatser eller få en helhetsbild, till följd av sitt pågående arbete.

Smålands Turism valde därför att tillsätta Attityd i Karlstad AB som extern utvärderare för projektet Hållbar produktutveckling.

Attityd arbetar dagligdags med verksamhetsutveckling och genomför olika typer av analyser för att få verksamheter att ta nästa steg. Som extern utvärderare kan de bidra med att genomlysra projektet via ett utifrån-perspektiv och föra en objektiv dialog med projektorganisationen.

SLUTUTVÄRDERING

Slututvärderingen för *Hållbar produktutveckling* har genomförts under perioden augusti–oktober 2019. Slututvärderingen har baserats på intervjuer med projektgrupp, medfinansierare, intern organisation, företagare och andra HPU-projektledare.

Inom ramen för slututvärderingen har även projektdokument granskats och en enkätbaserad undersökning skickats ut till målgruppen företag. Resultatet från all datainsamling har sedan sammanställts och analyserats. Till sist har Attityd gjort inspel på rekommendationer och frågeställningar för vidare arbete med projektresultatet samt effekter framgent.

HPU BAKGRUND



Smålands Turism AB har i uppdrag av sina ägare att fungera som regionens expertorganisation och erbjuda hög kompetens och samordning inom turismområdet.

Genom att utveckla kommunikationsplattformar, driva internationell marknadsföring samt skapa affärsmöjligheter och samverka för företagen och kommunerna stärker bolaget regionens totala konkurrensförmåga, vilket genererar lönsam tillväxt i regionen och för dess företag.

Smålands Turism AB har, som en av sju aktörer, beviljats medel från Tillväxtverket för projektet Hållbar produktutveckling (HPU) med fokus på natur- och kulturturism 2016–2019.

De sju utvalda områdena har samarbetat om nya upplevelser och paket hela vägen från resa till att bo, äta och göra, som ska göra det lättare att få ut så mycket som möjligt från kultur- och naturturism. Tillväxtverket har erbjudit destinationerna affärs-, produkt- och hållbarhetsstöd, finansiering samt nätverk. Målet är att få fram ett ökat utbud av exportmogna produkter och stärka Sveriges konkurrenskraft som turistland.

Den totala satsningen omfattar 18 miljoner kronor inklusive medfinansiering från följande:

- Region Jönköpings län
- Smålands Turism
- Destination Jönköping
- Gislaved och Värnamo kommun
- Vetlanda kommun.

7 UTVALDA
AKTÖRER

18 MILJONER
KRONOR

HPU SYFTE & MÅL



PROJEKTETS ÖVERGRIPANDE

SYFTE

Projektets övergripande syfte har varit att tillföra regionen ett nytt kvalitets- och hållbarhetssäktrat turistiskt produktutbud för export, året runt.

Detta ska leda till utveckling och lansering av ett internationellt konkurrenskraftigt produktutbud baserat på regionens unika värden inom natur-, kultur- och måltidsupplevelser, vilket i sin tur ska leda till bättre beläggning året runt och därmed ge positiva effekter på lönsamheten och sysselsättningen inom regionen.

PROJEKTET HAR ÄVEN IDENTIFIERAT FYRA UNDERLIGGANDE SYFTEN TILL PRIMÄRSYFTET

1

Addera resemotiv
året runt

2

Produktionsteknik för
ett mer förädlad utbud

3

Hållbara och kvalitativa
produktionsmetoder

4

Leveransförmåga av
helhetsupplevelser

PROJEKTETS ÖVERGRIPANDE

MÅL

Projektet övergripande mål är att utveckla och lansera ett internationellt konkurrenskraftigt produktutbud baserat på regionens unika värden inom natur-, kultur- och måltidsupplevelser, som ska kunna möta den stora efterfrågan på köpbara, förpackade natur- och kulturbaserade upplevelser.

HPU PILOTOMRÅDEN



I förberedelserna av formuleringen av syftet gjordes en förstudie i regionen. Inventeringarna i förstudien visade på en stor rikedom av fysiska miljöer men också en rik mångfald av värden kopplade till flora och fauna. Till detta finns även regional måltidskultur och ett stort antal engagerade besöksnäringföretag.

Utifrån förstudien valdes tre pilotdestinationer ut:

- Östra Vätterbranterna med Gränna/Visingsö
- Isabergsområdet och Store Mosse nationalpark
- Skiröområdet

ÖSTRA VÄTTERBRANTERNA (*Jönköpings kommun*) är ett unikt område som sträcker sig från Tenhult i söder till Omberg i norr. Den kraftigt kupe-rade terrängen i området ligger till grund för dess höga biologiska, kultur-historiska och estetiska värden.

Sommaren 2012 blev Östra Vätterbranterna utsett till biosfärområde av UNESCO, FNs organ för utbildning, vetenskap och kultur. Biosfärom-råden är modellområde där utveckling och bevarande går hand i hand.

ISABERGSOMRÅDET OCH STORE MOSSE NATIONALPARK

(*Gislaveds, Gnosjö, Vaggeryd och Värnamo kommuner*)

ISABERG är en urbergskulle utmed Nissastigen i Hestra i Gislaveds kom-mun och är sedan 1968 naturreservat. Isaberg har en lika gammal tra-dition av friluftsliv. Med sin topp 150 meter över omgivningen erbjuder Isabergsområdet året runt-förutsättningar i naturresurser.

Markerade cykel- och vandringsleder, Sydsverges största skidanlägg-ning och en stugby är navet i utvecklingsområdet. Lägg därtill småindu-strins vagga och "Gnosjöanda".

STORE MOSSE NATIONALPARK erhöll utmärkelsen "European diploma" kategori A av Europarådets ministerkommitté 1988. Nationalparken ingår också i Natura 2000, EUs nätverk av skyddsvärda naturtyper. Läns-styrelsen i Jönköpings län är förvaltare och driver dessutom Natorum Store Mosse.

Stormyren är den mest ursprungliga naturtypen som finns i södra Sverige. Torvlagret i själva högmossen har vuxit under minst 8 000 år och består till största delen av växtdelar från vitmossa. Skogbevuxna sand-dyner, så kallade rocknar, bildar ett system av öar och åsar i den öppna myren.

SKIRÖOMRÅDET "Smålands Trädgård" (*Vetlanda kommun*)

Som extra vackert och skyddsvärt naturområde i Sverige har Världs-naturfonden, WWF, i projektet Svenska Pärlor utnämnt just Skirötrakten till en sådan. Detta är platser med en fantastisk natur och som har stor betydelse för naturupplevelser, men som också har många hotade arter och livsmiljöer i behov av skydd. I området finns kvalitetssäkrade vand-ringsleder och fina småländska cykelleder.

SAMMANFATTNING AKTIVITETER



... det är i mötet mellan olika aktörer som utbytet av kunskaper, erfarenheter och intressen kan ske.



Inom ramen för projektet har en rad aktiviteter genomförts. Projektet har varit indelat i fyra temaområden och därtill underliggande delaktiviteter. Temaområdena är cykling, måltidsupplevelser, unika boenden och natur- och kulturturism i skyddad natur.

Utifrån temaområdena har det genomförts aktiviteter för företag, tjänstemän, samhällsföreträdare, destinationer och övriga intressenter. Tanken med aktiviteterna har varit att få fram ett produktutbud som både är hållbart producerat men som också svarar mot den internationella efterfrågan på natur- och kulturupplevelser.

Aktiviteterna har varit menade att ge kunskap och inspiration till att skapa helhetsupplevelser där flera parter samproducerar mot en gemensam kund. För att kunna lyckas med detta har projektet använt sig av ett tvärsektionellt engagemang. Projektet menar att det är i mötet mellan olika aktörer som utbytet av kunskaper, erfarenheter och intressen kan ske. Detta kan sedan leda till ökat gemensamt engagemang för att vilja utveckla och/eller skapa nytt upplevelseutbud.

Ett urval av arrangerade aktiviteter är exempelvis kunskapsdagar, fältdagar med expertis, Swedish Welcome-rådgivning, individuell coachning, studieresor och guideutbildning.

**SAMMANFATTNING
TIDSLINJE
TEMAOMRÅDEN**



MÅLTIDSUPPLEVELSER



NATUR-/KULTURTURISM



UNIKA BOENDEN



CYKLING



2016

2017

2018

2019





Efterfrågad måltidsupplevelse ska spegla miljön

Aktiviteter inom ramen för temaområde måltidsupplevelser är utformade för att skapa förutsättningar och utveckla fler måltidsupplevelser från Jönköpings län. Målet är att sprida kunskap om efterfrågan och potentialen med ökad måltidsturism, resenärers vilja att uppleva äkta smaker, traditioner och produkter från platsen, omtanke om miljö och människor samt stärka företagens förmågor att innovativt utveckla sina affärer.

Aktiviteter som genomförts är produktutvecklingsprocesser via utbildningssystemet Kurbits, workshops och specialcoachning. Två stora kunskapsdagar på temat *Efterfrågade måltidsupplevelser* har arrangerats. Den första *Autentiska måltidsupplevelser*, i Äppledalen, och den andra, *Att utveckla efterfrågade måltidsupplevelser*, arrangerades på Wallby säteri.

Metoden vid kunskapsdagarna att varva teori med praktik och dialog var lyckosam när de bästa föreläsarna inom områden för måltidsturism (specialister, forskare, kockar, praktiker) delade inspiration, omvärldsanalyser och konkreta exempel på hur regionens smaker och erbjudanden kan utvecklas ytterligare – och att intresset för dessa är rekordstort.

Företagarna har samlats i det nybildade Nätverket för autentiska måltidsupplevelser, för att gemensamt fortsätta sin utveckling inom området. Där finns boenden, upplevelseleverantörer, råvaruproducenter, restauratorer, förädlare och mathantverkare, det vill säga besöksnäringen och livsmedelsbranschen, tillsammans.

Löpande har Smålands Turisms arbete i styrgruppen för den regionala livsmedelsstrategin bidragit till ökade insikter i besöksnäringens värde och påverkan i livsmedelskedjan. Den nationella livsmedelsstrategin gav ett uppdrag till Visit Sweden, Måltidsprogrammet, att hela Sverige ska ha måltidsupplevelser för export. HPU gjorde det möjligt att ansluta Jönköpings län till Måltidsprogrammet, och att kraftsamla resurser för efterfrågestyrd företagsutveckling och företagets medverkan i kampanjen Sweden – the Edible Country som filmades i Småland. Flera företag tog sig an utmaningen och vi kan vi stolt konstatera att Jönköpings län har ett av Sveriges 13 bord 2019, nämligen det på Wallby säteri.

Fler exempel på upplevelser som utvecklats i länet är:

- Upptäck, lär känna och spana efter vilda djur i uråldrig skog. Lär kosten att göra upp eld och laga maten ute tillsammans med Nordic Bushcraft och Johan Forsberg.
- Bland stengärdesgårdar och böljande hagar bjuds gästen in till bondens vardag hos Enets Marmeladeri och Bageri och lär sig traditionellt kroppkakebak tillsammans med mathantverkare Kia Axelsson.
- Upplev vackra Gränna med omnejd med Polkapaketet, ett samarbete mellan hotell i området, polkagriskokerierna och Gränna museum som inkluderar biljett till Visingsöfjärn. Du får stiga in bakom kulisserna i polkagrisbageriet och själv bli en mästare. Till kvällen bjuds trerätters middag och övernattnig.

NYA UPPLEVELSEPRODUKTER STÄRKER BESÖKARENS INTRYCK AV ÅSENS BY

Åsens By, Aneby, är en av de verksamheter i länet som satsar på måltidsupplevelser för att förnya verksamheten, dess erbjudanden och generera nya intäkter. Medverkan i projektets produktutvecklingsprogram med fokus måltidsupplevelser för export, beskriver verksamhetschef Anneli Persson som ett effektivt sätt att arbeta fram de efterfrågade, nya produkterna och upplevelserna som stärker besökarens förståelse, uppskattning och intryck av platsen.

– Efter att ha utvecklat våra produkter kommer vi tilltala nya målgrupper, öka antalet återkommande besökare och locka hit fler som vill använda alla sinnen för att smaka på Åsens by, berättar Anneli.

HÅLLBAR FRAMTID MED FÖRANKRING I KULTURMILJÖN

Projektet Hållbar produktutveckling betonar att måltidsupplevelserna förstärker känslan av miljön man befinner sig i. På Åsens by erbjuds enkel, avskalad husmanskost som fläskpannkaka med krösamos, tant Teklas mjuka sommarkakor och Åsens bys egen äppelmust. Bra, lokala råvaror med genuina smaker används för att knyta an till platsen och dess historia.

– Den tidsperiod vi ska spegla innebar hushållning och måttfullhet på alla nivåer. Hållbarhet, helt enkelt. Men det är en balansgång och en utmaning att arbeta med hållbarhet i ett modernt perspektiv i en känslig miljö. Vi skyndar långsamt, ett litet steg i taget. Långsiktighet och uthållighet är nog våra viktigaste ledstjärnor just nu, säger Anneli.

SAMARBETE FÖR ATT LOCKA INTERNATIONELLA GÄSTER

Projektet vill förmedla att för att kunna möta de utländska besökarnas förväntningar är det viktigt att kunna erbjuda flera olika upplevelser, med en hög kvalitet. På Åsens by är man medvetna om att vissa delar i verksamheten inte alltid tillgodoser gästernas önskemål i kvalitet, främst gällande boendet. Därför är målsättningen att samarbeta, gärna med andra lokala aktörer, men att var och en står för olika delar av en helhetsupplevelse.

– Tillsammans kan vi erbjuda en stark och minnesvärd upplevelse i vår del av Småland! avslutar Anneli.





Extraordinära upplevelser i skyddad natur genom hållbar samverkan

Aktiviteter inom ramen för natur- och kulturturism har varit att utveckla och etablera nya entreprenörer i pilotdestinationernas skyddade natur.

Aktiviteter som genomförts är bland annat entreprenörsutbildning, inspirationsdagar för entreprenörer och Forum för naturturism. Främst har aktiviteter inom detta område varit i samarbete med Länsstyrelsen och Store Mosse nationalpark.

Store Mosse nationalpark har själva hållit i aktiviteter samt tagit emot många internationella besök med hjälp av Smålands Turism. Fokus har varit att locka och etablera entreprenörer som vill bedriva verksamhet i eller i anslutning till nationalparken.

SKYDDAD NATUR OCH STORE MOSSE

Inom HPU har Smålands Turism bidragit till genomförandet av en entreprenörsutbildning på Store Mosse Nationalpark.

Nationalparken hade uttryckt önskemål kring att få fler etablerade entreprenörer att verka på mossen. Därför skapades en utbildning som intresserade entreprenörer kunde gå för att lära sig om mossen och dess möjligheter. På Store Mosse Nationalpark kan besökare bland annat uppleva besökscentret Naturum, åka skidor, vandra med snöskor, spana på fåglar. Det finns med andra ord stora möjligheter till att skapa extraordinaära upplevelser i nationalparken.

– Vi vill vara en del av att människor ska upptäcka naturen, att se skönheten och att hjälpas åt att ta tillvara på den skatt som faktiskt finns, säger Carina.

Carina Härlin, som är föreståndare på Naturum Store Mosse, beskriver att miljön i nationalparken är något alldeles speciellt och vill att fler ska få uppleva mossen, men att det behöver ske på ett hållbart sätt.

– Många hittar hit, men vi vill att fler ska komma hit utanför högsäsongen på sommaren. Vi vill visa att det finns saker att göra även på vintern och hösten. Det är en spännande plats året om!

Carina upplevde att nationalparken behövde fler entreprenörer som kunde verka på mossen. Men de visste inte riktigt hur de skulle gå tillväga eller hur entreprenörerna skulle kunna samverka med nationalparken utan att skada mossen. Det var då Smålands Turism kom in i bilden.

– De frågade oss vad vi behövde eller vad vi ville göra, berättar Carina. Smålands Turism har hjälpt oss att vaska fram flera intresserade aktörer.

ENTREPRENÖRSUTBILDNING GAV AVTAL MED STORE MOSSE

Store Mosse Nationalpark har tillsammans med Smålands Turism genomfört olika inspirationsdagar och en entreprenörsutbildning. Under inspirationsdagarna har deltagarna fått bo i stugor utan el och vatten och de har lagat mat tillsammans utomhus. Formatet har varvats med historia kring mossen och dess möjligheter.

De aktörer som gått entreprenörsutbildningen har efter avslutad utbildningen fått erbjudande att skriva avtal med Store Mosse och länsstyrelsen för att få bedriva verksamhet samt använda Sveriges Nationalparks logotyp i sin marknadsföring.

– HPU och Smålands Turism har hjälpt oss över tröskeln, de har presenterat verk samma entreprenörer som vill komma hit och bedriva verksamhet. Då vi inte alltid har egna resurser samarbetar vi gärna, till exempel kring äventyrsguidningar. Tillsammans kan vi få fram hur mycket idéer som helst! avslutar Carina Härlin.



”Vässade” boendeformer skapar ekonomisk hållbarhet

Aktiviteter inom ramen för unika boenden har varit att utveckla och skapa nya boendeupplevelser för export året runt. En viktig del av besöksnäringen är att det finns boende till besökarna, och om boendet inte bara är en säng, utan en hel upplevelse, kan boendet i sig bli själva reseanledningen.

HPU-projektet i Småland utläste snabbt en stor global trend vad gäller unika boenden, där besökaren vill att boendet ska bidra till en upplevelse i sig. Inom projektet har detta koncept spridits till deltagarna och lett till att boendeentreprenörerna kunnat vässat sina erbjudanden till en upplevelse. Effekterna har inte dröjt utan visats i att företagen har kunnat höja sina priser, vilket lett till en större möjlighet för ekonomisk hållbarhet i verksamheten.

Aktiviteter som genomförts inom temaområdet är bland annat en inspirationsresa till Juvet Landscape hotell i Norge, inspirationsdagar med fokus på unika boenden, speed dejting, coaching och workshops med olika boendeentreprenörer samt skapandet av ett långsiktigt nätverk. Syftet med dessa aktiviteter har varit att inspirera och engagera företagare i regionen att utveckla och skapa nya boendeformer där de själva verkar.

UNIKA BOENDEN MED FOKUS PÅ BESÖKARENS BEHOV

Runt om i länet sjuder det av idéer och olika kreativa exempel på boendeformer. Många duktiga entreprenörer har inspirerats och flera

byggnationer har färdigställts eller är på väg att byggas inom ramen för HPU-projektet. Nämnas kan Trakt Landscape Hotel som under projekt-tiden färdigställts med hjälp av kunskap och inspiration från projektet samt Smålands Turism.

Ett annat exempel är Ramoa som ligger i Ramkvilla. Janne Evansson som är ägare berättar att de har haft kontakt med Smålands Turism en längre tid och bland annat medverkat i flera utbildningar såväl innan som under själva projektet.

Janne beskriver att företaget vuxit i takt med besökarnas krav. Från början hade Ramoa mest bokade grupper som exempelvis svensexor. Tanken var att erbjuda äventyrsaktiviteter med adrenalinkick. Nu ser verksamheten annorlunda ut och Janne beskriver att Ramoa idag ska erbjuda något där alla kan vara med. Han beskriver att en äventyrsaktivitet för internationella besökare mycket väl kan vara en skogspromenad.

Ännu arbetar inte Ramoa med några reseagenter utan direkt mot konsumenten. Däremot menar Janne att han fått kontakter via Smålands Turism som både har ökat deras synlighet och deras beläggning.

– Vi samarbetar ännu inte med agenter för att vi inte har så mycket boende. Vi jobbar direkt mot konsument och där har Smålands Turism verkligen hjälp till. De bokade, finansierade och såg till att National Geographic och Lonely Planet kom till oss. Det resulterade i ett sex sidors reportage bara från Ramkvilla. Så de internationella gästerna kommer med hjälp från Smålands Turism. Det hade vi inte lyckats med utan dem, säger Janne.

UPPLEVELSE PÅ EN TALLRIK

En annan verksamhet som medverkat i HPU och satsat på utveckling, hållbarhet och sedan länge på internationella researrangörer genom Smålands Turism är Wallby Säteri. Magnus Nyman som är ägare till gården beskriver att Wallby är en plats i de mörkaste småländska skogarna, området som även kallas "Smålands Trädgårdar".

– Vi försöker dela med oss av en plats att längta till. Vi är egentligen ett hotell, men det vi faktiskt gör är att ta vara på platsen och hur det är att leva på landet, berättar Magnus.

På Wallby Säteri är här- och närproducerat ledord. Det som serveras i restaurangen och det gästerna får uppleva ska även representera platsen och dess historia. Magnus beskriver att det är det som gör den stora skillnaden, om gästen får ta del av en upplevelse eller bara en måltid på tallriken.

– Vet jag att bonden har kor sju kilometer bort och vet jag att mjölken och smöret kommer från lokala producenter, Emåmejeri. Kan jag berätta att köttbullarna är från rådjur som går här i skogen och potatisen från familjen Axelsson, så ger det gästen en jättefin upplevelse. Glömmer jag att berätta det, då är det bara köttbullar på en tallrik, förklarar Magnus.

Magnus beskriver att han som en liten aktör tidigare haft svårt att locka till sig researrangörer eller journalister till Wallby. Han menar att det är lättare att vara intressant när Wallby är del av något större. Magnus berättar att Smålands Turism har verkat som en samordnare.

Magnus ser flera konkreta resultat från att ha deltagit i projektet. Tydligast är att de har lärt sig att ta betalt för sin produkt.

– Jag har träffat flera agenter på olika aktiviteter med Smålands Turism. Via dessa har vi kunnat skapa kontakter som även lett till ökad bokning. Vi har exempelvis nästan dubblat vår sommarbokning gentemot tidigare år. Detta är absolut en effekt av HPU och Smålands Turism, avslutar Magnus.





Cykling ”the Småland way”

Syftet med aktiviteter inom temaområdet cykling har varit att utveckla cykelturismen hos pilotdestinationerna. Aktiviteter har bland annat varit studieresa till Bergslagen och möten med olika aktörer kring samverkan för att skapa cykelpaket. Smålands Turism har även arrangerat Cykeldagar, en nätverksdag för företagare, representanter från kommunen och övriga intressenter.

Under Cykeldagen 2019 diskuterades hur aktörerna tillsammans skulle kunna driva cykelutvecklingen i Småland framåt. Ett viktigt ämne under cykeldagen gällde markägarefrågan. Det visade sig också finnas behov av en portal där man som cyklist enkelt kan hitta information om destinationen redan i planeringsstadiet av sin resa.

ABLOC HAR BÅDE UTVECKLAT EGNA PRODUKTER OCH CYKLINGEN I REGIONEN

Abloc beskriver sig som ett företag som gör saker de tycker om, helt enkelt. De berättar hur de älskar att inspirera och få andra att uppleva cykling tillsammans. De vill skapa förutsättningar och händelser som inspirerar till ett aktivare liv ofta med cykeln som redskap.

Abloc blev bekanta med projektet HPU före en ATTA-konferens i Toscana och efter det har företaget medverkat, men också arrangerat flera olika aktiviteter i projektet. De har även bedrivit utvecklingsarbete inom cyklingen och kartlagt, markerat och utvecklat nya samarbeten med föreningar och markägare.

Företaget beskriver att de fått utveckla sina egna produkter tack vare projektet men har också fått vara med och utveckla cyklingen i regionen. Projektet såg ett stort behov av att lyfta cyklingen och dess potential i regionen, vilket Abloc själva arbetat med sedan de startade sitt företag. Projektet valde därför att använda sig av Abloc för att vara med i cykelsatsningen och arbeta som konsulter.

Ulrika Melin, som jobbar med projektledning och marknad på Abloc, har fått uppdraget från HPU-projektet att inventera cykelleder och ha kontakt med olika föreningar och markägare.

– Jag har berättat vilka saker vi vill göra och frågat vad de behöver. Jag tycker inte att man ska bygga turism på eldsjälarna utan att satsningarna ska vara förankrade i verksamheterna. Vi har också varit ute och letat nya grusvägar, och hittat många fantastiska vägar. Det är väldigt tjugigt och helt unikt. Och framförallt lågt trafikerat. Det som vi har hittat har vi sedan paketerat och levererat, berättar Ulrika.

Ulrika ser en enorm potential i Småland som cykeldestination. Hon menar att cyklingen skulle kunna bli hur stor som helst.

– Småland skulle kunna bli världsbäst på grusvägscyklning, avslutar hon.

DESTINATION VÄRNAMO – ENAD BILD ATT VILJA UTVECKLAS SOM ATTRAKTIV CYKELDESTINATION

Men effekterna av HPU syns inte bara hos företagen utan även regionalt, hos de olika medverkande kommunerna. Värnamo har sedan länge bedrivit cykelturism i området, men de beskriver att medverkan i projektet lett till att de bland annat fått ta del av inspiration, kunskap och arbetssätt för att fortsätta att utveckla destinationen.

– Cykling är inget nytt utan har varit en viktig del för Värnamo under många år. Här har bland annat SM i mountainbike och cykeltävlingar arrangerats och i området finns ett flertal engagerade föreningar, säger Maria Berglund, enhetschef för destinationsenheten i Värnamo kommun.

Maria förklarar att det som hänt de senaste åren är att de knutit samman all cykling och nu ser det ur ett helhetsperspektiv där man inte gör skillnad mellan invånare och besökare. Värnamo vill skapa attraktiva områden för den som bor där, men som också passar den som besöker som turist.

– I fyra år har vi arbetat med så kallade landsbygdsdialoger där vi haft dialogmöten på 16 orter i kommunen. Detta har lett till många lokala initiativ inom bland annat cykling. Pumptracks och MTB-områden har byggts tillsammans med lokalinvånarna. Vinningen är också att lokalinvånarna förstår att deras område blir mer attraktivt och kan locka fler besökare som gynnar besöksnäringen på orterna, berättar Maria.

STÄRKT SJÄLVFÖRTROENDE SOM DESTINATION

Effekterna är alltså många; flera aktörer har sett möjligheten att visa upp sig med exempelvis café, mat, boende, kulturopplevelser och guidning. Värnamo har gjort alla cykelleder tillgängliga digitalt i en app och på webben. Inom föreningslivet har barngrupper inom MTB ökat lavinartat och många nya ledare utbildas varje år. Värnamo planerar också flertalet aktiviteter kring cykling; nationell cykelkonferens, cykelfestival samt paketering av cykelupplevelser för olika målgrupper.

– Genom HPU har vi tillsammans fått möjlighet att utveckla vår destination. Vi har fått ta del av en enorm kunskapsbank genom bland annat studieresor och workshops. Och för oss var det viktigt att knyta samman alla de som var inblandade, säger Maria.

Maria förklarar att arbetet med HPU likaså har stärkt deras självförtroende som destination samt gentemot andra kommuner, då många velat höra om Värnamos arbetssätt kring cykling. Det vill säga: hur de bedriver destinationsutveckling inom cykling och hur de bygger leder på ett hållbart men inte alldeles för kostsamt sätt, "the Småland way".

– Vi jobbar tillsammans och vill åt samma håll oavsett vilken förvaltning i kommunen vi kommer från eller om vi tillhör förening eller näringsliv, vilket är en enorm styrka i utvecklingen av destinationen, avslutar Maria Berglund.



INBLICK I PROJEKTET FORSKAREN HAR ORDET



Forskning med fokus på upplevelser

Vad är det som gör att det blir wow ibland och vid andra tillfällen bara okej? Ja det är en fråga som Lena Mossberg, professor i marknadsföring vid Handels-högskolan Göteborg, arbetat med i 20 år.

Tillsammans med olika doktorander har Lena samlat in mängder av data och gjort studier som haft olika fokus och infallsvinklar – allt för att öka förståelsen om vad en upplevelse är och vilka dimensioner som påverkar om det blir en extraordinär upplevelse eller ej. Lena har även skrivit ett antal olika böcker och flera av dem har koppling till just skapandet av upplevelser.

Lenas forskningsområde har framförallt varit inom naturturism och måltidsturism. Det har därför passat perfekt för Hållbar produktutveckling i Jönköpings län med upplevelser inom både natur, kultur och mat som fokus. Lenas medverkan började med att hon föreläste om upplevelser för tjänstemän från regionen, länsstyrelsen, utvalda experter och representanter från pilotdestinationerna i länet.

– Många tänker inte på att flera aktörer, både indirekt och direkt, påverkar beslut som har med turism att göra, säger Lena.

I samband med att en regional livsmedelsstrategi har tagits fram i länet har HPU möjliggjort medverkan och stora insatser från Smålands Turism. I den framkommer att besöksnäringen är att räkna med och spelar en viktig roll i hela värdekedjan. Det är aktörer i alla led som påverkar måltidsturism eftersom medvetna besökare förväntar sig lokal, platsbunden mat, gärna tillsammans med en historia som förstärker upplevelsen.

ATT PRAKTISERA TEORIN

Det är inte bara tjänstemän som tagit del av teoretiska modeller som exemplifierats i projektet utan även företag, föreningar och andra organisationer. Tillsammans med Johan Delfalk, projektledare för HPU-projektet i Småland, och representater från företag och organisationer var Lena med och undersökte om Stora Mosse kunde utvecklas till en helhetsupplevelse.

– Vi som var med och testade var överens om att vandringen på mossen var lärande och härlig och att turen med snöskor var något nytt och kul vi inte tidigare upplevt – i alla fall inte utan snö. Tillsammans med anställda på Naturum och med en mängd aktörer från olika områden genomfördes en workshop under två dagar med diskussioner om olika förutsättningar och möjligheter. Flaskhalsar som påtalades var mat och boende. Vi som var med fick uppleva utomhusmatlagning och primitivt boende i en av STF-stugorna och det glömmes vi aldrig. Det var i alla fall för mig en extraordinär upplevelse, berättar Lena.

HANDLINGSPLAN FÖR MÅLTIDSTURISM

Under hela projektet har Lena varit delaktig i arbetet med måltidsturism. Tillsammans med Anna Hegethorn, affärsutvecklare på Smålands Turism, har Lena fått möjlighet att fördjupa sig i ett av sina favoritområden, nämligen mat och dryck. Lena medverkade exempelvis vid temadagen "Autentiska måltidsupplevelser" på Rudenstams.

– Det var en fantastisk dag där allt utgick från autentisk, småländsk och hållbar mat. Förutom grillade isterband, sallader på bland annat gråärter, ostkaka i äppelodlingen och provsmakning av olika äppelmuster fick vi höra och lära om hur mat och dryck blir en reseanledning.

En bred samling aktörer var på plats och upplevde med alla sina sinnen, fick ta del av inspirerande talare och gemensamt resonera om smaker och potential. Målet var att inspirera, sprida kunskap och förankra ett strategiskt arbete om Jönköpings län som en attraktiv, hållbar måltidsdestination.

Sedan dess har Lena varit med och skrivit fram en handlingsplan för måltidsturism i Jönköpings län. Den utgår ifrån UNWTOs Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism och hämtar kunskap och inspiration från Visit Swedens arbete med att Sverige ska bli en av de nya matdestinationerna. Smålands Turism, som har ett regionalt samordningsuppdrag för besöksnärringsfrågor, har anslutit sig som en av flera partners i programmet.

FORTLÖPANDE SPIRALPROCESS

I Lenas arbete med projektet har hon fått vara med att forma och omforma insatser för att skapa aktiviteter som ger bästa möjliga effekt hos företagen. Lena beskriver att arbetet med HPU är en pågående process som även fortsätter efter projektslutet.

– Vi har varit ute i naturen och testat, fått inspiration, utvecklat våra tankar, samlats igen, nya modeller har presenterats, nya aktörer har kommit in, skrivningar har gjorts, regler och förordningar har tillkommit på agendan, vi har backat två steg, kommit igen med krafttag och med nytt ljus, förankrat, fått nya företag på plats, nya idéer har framkommit... Jag ser det som en spiralprocess som fortsätter. Det är inte ett klart slut utan en pågående process där många aktiviteter pågår – många aktiviteter som aldrig hade initierats utan projektet.

Lena menar att HPU-projektet varit ett projekt med drivna och kreativa personer som arbetat tillsammans för att skapa extraordinära upplevelser. Hon menar att det har varit en ynnest att få vara med och medverka i projektet, likaså att få vara med i processen med att ta fram en handlingsplan för måltidsturism.

– Kanske vi får se Jönköpings län som ett framgångsexempel för måltidsturism i Sverige och internationellt. Drömmen är ju att få höra om destinationsutveckling med hjälp av isterband, ostkaka och polkagris på UNWTOs världsforum för måltidsturism, avslutar Lena Mossberg.





PROJEKTRESULTAT INDIKATORER

NÄTVERK

Uppstart och driftsatt med
antal deltagare

320

UTVECKLINGS- ARBETE

Antal företag som deltagit

< 200

HELHETS- LEVERANSER

Exportmogna och redo för
lansering

< 20

KUNSKAPS- SEMINARIUM

Antal deltagare

< 600

CERTIFIERADE PRODUKTER

Utifrån hållbarhet och
kvalitet

56

PRODUKT- FÖREBILDER

Internationella förebilder

< 30



Ett "enat" Småland

HPU-projektet har gjort flera avtryck i regionen. Det som kanske framträder mest är upplevelsen av att samarbeta mer regionalt och inte bara i den enskilda kommunen.

Flera deltagare, från både pilotdestinationerna och företagen, lyfter att fler och fler pratar i termer av ett "enat" Småland. Det vill säga att samverkan mellan olika aktörer har blivit ett mer naturligt arbetssätt till följd av projektet.

Företagen talar om att gemensamt komma framåt och sätta Småland på kartan. Destinationerna har en liknande bild och menar att de känner att gränserna mellan de olika turismbolagen och organisationerna har suddats ut. Att man känner varandra på ett annat sätt idag än före HPU-projektet.

Vi har inte haft någon kontakt på destinationerna tidigare men nu känner vi varandra mycket bättre. Vi förstår varandra bättre och hur vi ska ta hand om besökarna. – Destinationer

Vi pratar Småland hela tiden och inte vårt varumärke. Och det är ju det som kan sätta oss på kartan. – Företag, aktiviteter

Ett enat Småland! Smålands Turism har varit väldigt viktig för att jobba mot detta. Vem vet till exempel vilket län Mallorca ligger i?

– Företag, boende

FLER KONTAKTER TACK VARE HPU-PROJEKTET

Deltagandet på aktiviteter har enligt deltagarna lett till att de fått nya värdefulla kontakter och ibland även direkta säljkanaler för att få ut sin produkt på den internationella besöksmarknaden.

Det har varit positivt att träffa andra aktörer både från samma bransch men också från andra områden inom besöksnäringen. De menar att innan HPU-projektet hade de inte samma plattform att ses och många beskriver även att de kände sig ganska ensamma. Både medarbetare på en kommun som arbetar med besöksnäringen eller enmansföretag som arrangerar boendeupplevelser berättar att deras kontaktnät vidgats och att de nu känner fler personer i branschen. De har fått en ökad lokal-kännedom kring vilka som verkar i området och hur de kan jobba mot samma mål tillsammans istället för att jobba på olika håll.

På Swedish workshop träffade jag exempelvis en belgisk agent, från vilken fick jag cirka 180 bokningar. Väldigt enkelt att visa hur jag fick denna kund. Jag hade inte fått något av detta utan HPU-projektet och Smålands Turism. – Företag, boende



Smålands Turism har varit på tårna

HPU-projektet i Småland är ett av sju nationella HPU-projekt och flera av de aktörer som intervjuats i den externa utvärderingen menar att HPU-projektet i Småland har varit väldigt framåt och på tårna.

Projektledarna för andra HPU-projekt lyfter bland annat Smålands Turism positiva inställning till utveckling. Att man verkligen tror på sina aktörers potential och de möjligheter som finns till utveckling.

Ett exempel på detta är arbetet som Smålands Turism lett med Store Mosse Nationalpark. En styrka som flera av projektledarna lyfter är att man lyckats skapa en förståelse och ett arbetssätt tillsammans med Länsstyrelsen i Jönköpings län och de företag som arbetar, eller är intresserade av att arrangera verksamhet, i nationalparken.

HPU-projektet har varit ett mycket praktiskt projekt som inkluderat såväl produktutveckling som affärsutveckling och som övriga projektledare vill lära mer av.

De har lyckats skapa turistisk verksamhet kring Store mosse. De har jobbat med unika boenden. De har jobbat väldigt operativt med företagen och med destinationerna. – En projektledare från övriga HPU-projekt

PROJEKTET HAR PÅ MÅNGA OLIKA SÄTT ARBAT LÄRANDE

En framgångsfaktor i projektet är att man aktivt har lyssnat på företagens behov genom hela processen. Det gäller både i de kontakter som projektgruppen har haft med enskilda företag men också vid de utbildningar som arrangerats som Kurbits- eller Swedish Welcome-möten.

– Hållbarhetsrådgivningarna

En utmaning i många projekt är att attrahera deltagare till aktiviteterna. Många projekt "slåss" om företagens uppmärksamhet och trots att man har bra, konkreta och matnyttiga aktiviteter är det svårt att få deltagande företag. Detta uppmärksammade även HPU-projektet i Småland

som ett problem. Till exempel skruvade man på processen i Swedish Welcome-konceptet och startade med ett oanmält besök för att därefter sälja in konceptet till företagen. En liten förändring som var mycket framgångsrik för att få fler deltagande företag.

Projektet har även utvecklat och anpassat befintliga utbildningar för att matcha efterfrågan hos företagen i regionen. Projektet har också haft en digital coach som besökt företagen snarare än att hålla utbildning för många företag i grupp, vilket också är ett exempel på ett utvecklingsinriktat lärande.

BRA UTBYTE MELLAN HPU-PROJEKTEN

Projektet Hållbar produktutveckling med finansiering från Tillväxtverket är en tematisk utlysning där sju parallella projekt bedrivits. Tillväxtverket har möjliggjort ett utvecklingsinriktat lärande mellan projekten bland annat genom att arrangera ERFA-träffar. Där har man delat erfarenheter och dragit lärdomar av varandras framgångsfaktorer och mindre lyckade lösningar.

De intervjuade projektledarna önskar mer tid för erfarenhetsutbyte och nätverkande. För att på bästa sätt dra nytta av varandra ser man gärna att de destinationer/organisationer som liknar varandra kan få mer tid tillsammans samt att träffarna planeras så att ämnen blir relevanta för alla. Man önskar ett större utbyte av arbetsmetoder, verktyg och praktiska inslag. Eventuellt kan det vara relevant att utveckla mentorskap mellan projekten, något som Tillväxtverket kanske kan tillhandahålla?



Hållbarhet genomsyrar allt arbete

HPU-projektet har lyckats väl med att nå ut till deltagarna kring hur man kan skapa ett hållbart produktutbud. Genom utbildningar och Swedish Welcome-genomlysning har hållbarhet i alla tre dimensioner lyfts som ett stående tema.

Vissa respondenter nämner även att de inte förstått konceptet "hållbarhet" innan medverkan i HPU-projektet. Vissa menar att de lärt sig att tänka "strategiskt hållbart". Många respondenter belyser även att de fått förståelse för att samverkan också kan vara hållbart. Genom att samarbeta eller skapa tillsammans kan de utveckla både sina egna produkter men även den plats de verkar på.

HPU-projektet i Småland har haft en tydlig definition av hållbarhetsbegreppet, mycket tack vare att Smålands Turism jobbat med hållbarhet redan innan HPU-projektet. Denna tydlighet och samsyn på begreppet har gjort att de kunnat förmedla hållbarhet på ett sätt som deltagarna kunnat förstå och snabbt kunnat agera på och redan under projektiden blev effekterna av de genomförda aktiviteterna med hållbarhetsfokus tydliga.

ATTRAKTIVITET SMART REGION GLOBAL REGION

Under den tid som gått i HPU-projektet har Smålands Turism utvecklat sin verksamhet enormt och kunskapsnivåerna samt tillgången till verktyg och modeller har förbättrats.

Efter HPU-projektet är Smålands Turism ett mycket starkare rustat företag att ta sig an framtidens utmaningar. De utmaningarna har också förändrats under projektets gång där hållbarheten inom besöksnäringen har en ännu mer central roll och förväntningarna från ägare och samhälle är mycket större inom detta område.

Inom Region Jönköpings län har det också skett förändringar och den regionala utvecklingsstrategin (RUS) antogs i december 2019 där turism nämns under tre rubriker; Attraktivitet, SMART region och Global Region. Under 2020 börjar arbetet med att ta fram en regional strategi för både turism och cykling.

Under tiden har Smålands Turism beviljats medel av Tillväxtverket för att driva projektet *Hållbar cykelturism* för att förankra och fördjupa befintlig kunskap från tidigare projekt kring hållbar produktutveckling med fokus på den kommunala nivån för att på så vis skapa förutsättningar för cykelturismens långsiktiga utveckling i regionen.

FRAMTIDA DIGITALISERING

En ansökan för en förstudie som handlar om digitalisering och hur länet och dess näringsliv på smartast sätt ska utnyttja de digitala trenderna och arbeta för att bli en SMART destination ur besöksnäringssynpunkt har gjorts.

Smålands Turism AB | info@smalandsturism.se | www.smalandsturism.se
VD Helene Berg | helene.berg@smalandsturism.se