

ULVÖ KULTURELLA BESÖKSNÄRING 2015-2017

SLUTRAPPORT



Ulvö kapellag 2018-05-07

Innehåll

1. Bakgrund	3
2. Projektet Ulvö kulturella besöksnäring	3
3. Utvecklingen 2015-2017	4
3.1 Projektägande, projektledning och organisering	4
3.2 Utveckling av kärnverksamheten	4
3.3 Leaderprojektet 2017-2018 – verksamhetsutveckling.....	7
3.4 Utvecklingen 2015-2018 i siffror	9
4. Framtid – samarbete på alla fronter.....	10
Ekonomi och finansiering.....	10
Samarbete med näringarna	11
One point	12
5. Projektets resultat	12

1. Bakgrund

Ulvö museum invigdes den 13 juni 2015 efter flera års förberedelser.

Museet har sin tematiska kärna i fiskarkulturen och är i denna mening ett arbetslivsmuseum, men det beskriver också det samhälle som växte fram med fiskarkulturen som bas; andra näringar som lotsväsen och gruvdrift, men även hem och fritid, föreningsliv och andligt liv.

I projektets förstudie 2013 formulerades vad som kan beskrivas som en programförklaring:

”... att skapa en resurs för förvaltning och vidareutveckling av Ulvöarnas rika kulturarv och att föra in detta kulturarv som kraft och inspirationskälla i marknadsföring, besöksnäring och tillväxt – på Ulvöarna och i Höga kustens hela skärgård.”

Programförklaringen handlar om att kulturarvet kan användas som resurs i besöksnäringen, inte bara genom att det finns ett museum som kan besökas av t ex hotellets gäster utan i lika hög grad genom att museet bidrar till kunskaper som berikar besökarens kontakter med besöksnäringen. För att det ska fungera krävs en kontinuerlig verksamhet där fakta, föremål och dokumentation förvandlas till berättelser som kan presenteras i olika miljöer.

Museum och besöksnäring måste således gå hand i hand.

Inbyggt i citatet finns den dualism som uppstår när man arbetar med kulturarv på en marknad, eller i miljöer där man helt eller delvis arbetar på marknadens villkor. Museet måste ha en kärnkompetens som vårdar kunskapsinnehållet och som innefattar hur det historiska stoffet kan förmedlas, men det måste också kunna realiseras på ett sätt som skapar intäkter och tryggar en långsiktig verksamhet. I verkligheten fördelar sig dessa krav på olika roller som måste respektera varandra. Om de som driver museet försummar möjligheterna att utveckla och vidmakthålla intäkter kommer verksamheten till sist att tvingas upphöra. Om de som bidrar ekonomiskt försummar kärnverksamhetens behov kommer museet till sist att förlora i kvalitet och stagnera.

Kärnverksamhet och ekonomi måste således gå hand i hand.

2. Projektet Ulvö kulturella besöksnäring

Kulturella projekt av den typ Ulvö museum representerar genomlöper en inledande fas där verksamheten ännu inte är riktigt upparbetad och besökarna ännu inte nått fram, men där man just därför har behov av full bemanning för att satsa och investera i framtiden. Under förberedelserna för museet 2014 insåg Ulvö kapellag att vi åtminstone under en inledande fas behövde ha ekonomiskt stöd så att museet kunde ha tillräcklig bemanning i museet, för öppethållande och guidningar och för de mer grundläggande arbeten som krävs kring föremålsinventering, klassificering, vård m m.

Vår framställning till Örnsköldsviks kommun, Länsmuseum Västernorrland, Länsstyrelsen i Västernorrland samt landstinget Västernorrland utmynnade i november 2014 i ett principbeslut om att organisera ett treårigt projekt med namnet *Ulvö kulturella besöksnäring – pilot 2015-2017*. När projektet formaliserades våren 2015 valde Länsstyrelsen av formella skäl att ställa sig utanför men kommunen, länsmuseum och landstinget bidrog med vardera 90 000 kr per år - totalt 810 000 kr i ett projekt som under det inledande året ägdes av länsmuseum.

I den rapport som ligger till grund för beslutet placeras museiprojektet in i den regionala utvecklingsstrategin där man kopplar samman regionens tillväxt med besöksnäringens utveckling och kulturarvets betydelse för denna utveckling. Det mer preciserade syftet går dock ett steg längre, det handlar om att möta den problematik som beskrivs ovan och som kortfattat går ut på att få ännu ej bärkraftiga verksamheter att så snabbt som möjligt komma upp på banan och bli självgående:

”... att hitta en ny kreativ och alternativ form där samhälle, näringsliv och ideella aktörer gemensamt hittar former för att kickstarta nya verksamheter som sedan leder till fler besökare, möjlighet till inkomster både för boende på orten och i kommunen/regionen.”

Projektmålen handlar om vad som ska åstadkommas i projektet:

På overheadnivå:

- utveckling, test och utvärdering av samfinansieringsmodell för nya kulturella näringsdrivande besöksmål
- ökad grad av självfinansiering – minskat offentligt stöd

I kärnverksamheten:

- utveckling av museet som miljö för lagring och tillgängliggörande av Ulvöarnas kulturarv
- ökning av antalet upplevelseprodukter från 2 till minst 5
- utveckling av ett bra långsiktigt samarbete med andra museer i Höga kusten

I denna slutredovisning berättar vi hur museet utvecklats från starten i juni 2015 samt hur vi löst de uppgifter som beskrivs i projektets syfte.

3. Utvecklingen 2015-2017

3.1 Projektägande, projektledning och organisering

Projektet ägdes och drevs med projektledning från Länsmuseum under 2015 men överfördes därefter till Ulvö kapellag.

Kapellaget har för ändamålet bildat en museigrupp som utöver projektledningen även svarar för den löpande museiverksamhetens planering och uppföljning.

En av förutsättningarna för Länsmuseets deltagande i utvecklingsprojektet var att vi övertog verksamheten i *Ulvö gamla kapell* – drift, öppethållande, beställda guidningar, uthyrning till bröllop m m hanteras således av kapellaget för Länsmuseets räkning.

Lotsstugan är sedan ett tiotal år inrättad som ett museum för lotsväsendet och från 2017 ingår även denna i den kulturarvsverksamhet som hanteras av museigruppen. Att museet, kapellet och lotsstugan hanteras gemensamt innebär stora fördelar, inte minst när det gäller marknadsföring samt rekrytering och användande av sommarpersonal.

3.2 Utveckling av kärnverksamheten

Tack vare utvecklingsprojektet har vi kunnat bemanna alla tre ”stationerna” under juni, juli och augusti. Karaktären av högsäsongsverksamhet gör det nödvändigt att hålla öppet under alla veckodagar – museet 11.00-16.00, kapellet 12.00-15.00, lotsstugan 10.30-14.30. Vi har främst engagerat ungdomar i åldern 15-20, förstärkt med vuxen handledning. Vi har även kunnat erbjuda kvalificerad guidning i museet och kapellet under maj till september. En viktig konsekvens av att vi kunnat anställa sommarpersonal är att de ideella krafterna kunnat reserveras för det utvecklingsarbete som måste bedrivas – se p 3.3.

Värdskap och guidningar

Ulvöarnas kulturarv presenteras nu genom värdskap och guidningar i fem olika miljöer: Museet, Kapellet, Lotsstugan, Nya gruvan på södra Ulvön samt Hamngatan. Beställning och bokning av guidningar hanteras i samarbete med främst Ulvö hotell, HK Ship AB (MS Kusttrafik) och D4DR AB (Ruben Madsen) - tre företag som kan använda museet som en resurs i den egna verksamheten. Vi bedömer det vara strategiskt viktigt att kunna leverera guidningar på hög nivå som ger avtryck hos dem som ingår i gruppen – ingen marknadsföring är effektivare än denna. Hela ambitionen bakom vårt utvecklingsarbete på detta område handlar om att överföra så mycket som möjligt av den ”levande” guidningens kvalitéer till andra åtkomstmiljöer och tekniker (se 3.3).



”Den kunskapsförmedling som skapas med miljöer, föremål och databas behöver fördjupas under en följd av år och de kunskaper och berättelser som utvecklas måste tryggas för framtiden.”

”Kapellaget med Ulvö Museum ser sin roll att bevara öarnas kulturarv men vill framför allt under de inledande åren få stöd i den professionalitet och långsiktighet som Örnsköldsviks museum och läns museet representerar.”

(Ulvö kulturella näringar. Projektbeskrivning 2014)

Hemsida och facebookgrupp

Museets facebook-grupp är mycket välbesökt, i synnerhet under sommaren, och har blivit en kanal för vår löpande informationsförsörjning. Vi driver även den näraliggande facebook-gruppen ”Forum för Höga Kustens kulturarv” där vi har möjlighet att förmedla information och material från hela det ångermanländska kustområdet. Läns museets önskan om att vi ska axla rollen som ”nod” för områdets olika kust- och fiskemuseer hanteras i första hand på detta sätt.

Hemsidan besöks dagligen av uppemot 150 personer under juni-augusti. Den är viktig eftersom den på samma gång härbärgerar det material som görs åtkomligt via museets besöksdatorer.

Välkommen

Om Ulvö museum

ULVÖARNAS KULTURARV

"Ulvökaggen"

Sevärdheter i Ulvöhamn

Mitt i Sveriges guld kust!

Ulvöarnas natur och geologi

Resa, bo, äta m m

Vad händer 2017?

Bildbank

Länkar

VÄLKOMMEN TILL ULVÖ MUSEUM

- besökscentrum för Ulvöarnas kulturarv



Ulvö museum under Ulvödagarna 5-6 augusti

Trots dåligt väder och få besökare på ön blev Ulvödagarna en framgång för museet.

Välj språk | ▼

Nyheter

2017-08-28

[Ulvökaggen](#)

Nu kan du köpa "Ulvökaggen" från vårt

2017-08-28

[Lotsbåt till Ulvö](#)

Från nästa säsong kommer museet att visa upp

2017-04-30

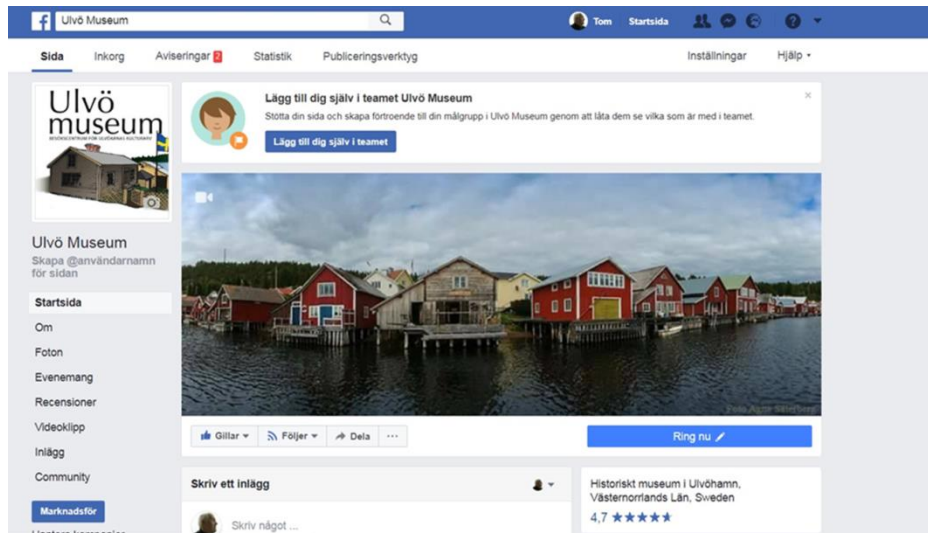
[Hantverk på](#)

Hantverk på Ulvödagarna 5-6 augusti Till årets

Arkiv Nyheter

oktober 2017						
m	t	o	t	f	s	
39	25	26	27	28	29	30
40	2	3	4	5	6	7
41	9	10	11	12	13	14
42	16	17	18	19	20	21
43	23	24	25	26	27	28
44	30	31	1	2	3	4

Från museets hemsida.



Från museets facebook-sida.

Broschyrer, affischer och karta

Museibroschyren från 2015 finns sedan 2017 även på finska, engelska och tyska. År 2017 utgavs även en samlad broschyr över Ulvöarnas kulturarv – totalt drygt 20 beskrivna besöksmål med vidhängande karta. År 2018 planeras en tredje broschyr i museets serie - om surströmmingskulturen. Den kommer att ges ut i samverkan med Surströmmingsakademien.



Reception och butik

Museets bostadshus ("kokhuset") är en del av museet. I ett av de två rummen har ca 1/3 av utrymmet reserverats för reception och museibutik, en yta så liten att varje tanke på en mer storslagen museibutik vore orimlig. Denna del av verksamheten styrs dock av två policys. Den ena innebär att vi inte ska konkurrera med andra näringar. Den andra innebär att de produkter vi saluför ska representera lokalt hantverk och ha en tydlig beröring med den fiskarkultur som museet beskriver.



Föredrag

Föredragsverksamhet har pågått sedan 2016 och kommer förhoppningsvis att utvecklas. Museet bodskull är en perfekt plats för sådana arrangemang, som normalt samlar 10-20 personer.



K A Sundin håller föredrag om Docksta varv

3.3 Leaderprojektet 2017-2018 – verksamhetsutveckling

Vissa saker kan inte utvecklas utan temporära extraresurser. Det pågående Leader-projektet gör det möjligt för oss att utveckla tre saker som stått på vår önskelista ända sedan museet invigdes.



Utbildning i maj 2017

Delprojekt kaggtillverkning

I samarbete med Thorslundkagge AB producerar vi från och med 2017 en träkagge med samma mått som de klassiska surströmmingskaggar som användes från 1870-talet.

Fiskarna fortsatte att tillverka träkaggar för egen surströmmingsförsäljning ända fram till 1950-talet – främst för den växande turismen. Kärn med järnband introducerades efterhand, främst dock för hel- och halvfjärdingar. Den nya ”Ulvökaggen” kommer att marknadsföras som en profilprodukt. Om produkten håller vad den lovar kan det bli aktuellt att även tillverka andra typer av laggkärl.

Delprojekt guideprogram

Vi utvecklar ett guidematerial som består av inläsningar och texter – både grundläggande texter av den typ som används vid ett första besök och fördjupningar. Texter och inläsningar ska fungera som stöd för levande guider men även vara åtkomliga för audioguidning via QR-kod och över museets hemsida. Med detta material som underlag vill vi utbilda guider för museet och Ulvö kapell samt övriga besöksplatser. Till utbildningen inbjuds även representanter för besöksnäringen, som uttryckligen sagt sig vilja delta.

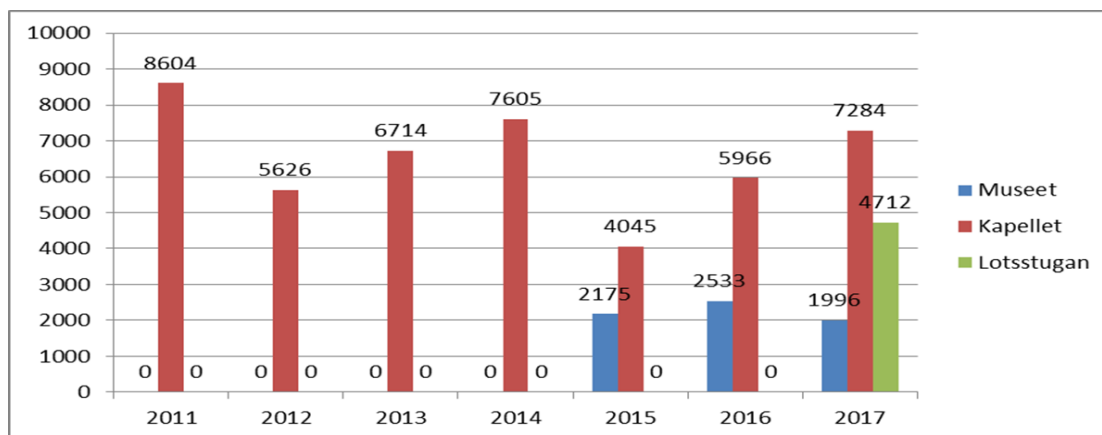
Delprojekt infrastruktur för informationsförsörjning

Museets faktabas görs tillgänglig via en kraftfull hemsida som nås från nätkopplade datorer i sjöbodens övervåning. I en bakomliggande databas lagras källdokument (bilder, texter, filmer) och egen dokumentation samt information om museets alla föremål. Den databas som används är Collective Access vilken drivs av bland annat Länsmuseum Västernorrland, med databackup i Landsarkivet i Härnösand. Lösningen är således arkivmässigt säkrad och ger en bra grund för det fortsatta arbetet. Till denna databas ska överföras mängder av material som hittills lagrats på annan plats, bland annat drygt 5 000 fotografier och ca 6 000 textdokument samt ett större antal spelfilmer och ljudupptagningar. Delar av detta material är inte avgränsat till Ulvöarna utan berör hela Höga kustens fiskarkultur och kustsamhällen.

3.4 Utvecklingen 2015-2018 i siffror

Besöksstatistik och avgiftspolicy

Antalet betalande besökare 2015-2017 redovisas i tabell 1-2. Siffrorna ger vid handen att det ”normala” antalet betalande besökare framöver kommer att ligga på 1000-1200 per säsong. Till detta kommer besökare som ingår i guidade grupper. Den volymen bör kunna upprätthållas genom att engångsbesökare som ej återvänder ersätts av nya grupper som lockas av våra aktiviteter. En sådan besökandevolym genererar ca 45 000 i entréavgifter i museet och lika mycket i form av intäkter för guidningar i museum och kapell.



Tabell 1. Besökande 2011-2017

Totala antalet besökande inkl gruppdeltag			
	Museet	Kapellet	Lotsstuga
Juni	632	829	400
Juli	770	4066	3559
Augusti	594	2449	753
SUMMA	1996	7344	4712
Därav grupp	970	1290	0

Tabell 2. Besökande. Detaljstatistik 2017.

Ekonomi

ULVÖ KULTURELLA NÄRINGAR (UKN) 2015-2017							UTGIFTER	FINANSIER.	Resultat
Projektägare	År	Proj ledn	Anställda	Guideutv.	Info tryck	Övrigt	UKN	UKN	UKN
Länsmuseet	2015/16	81 559	221 913			3928	307 400	270 000	-37 000
Länsmuseet	våren 2016	56 024					56 024	56 024	0
Ulvö kapellag	2016/17		151 869	64 347	8 428		224 644	213 976	- 10 668
Ulvö kapellag	2017/18	19 723	126 075	90 970	23 451		260 219	270 000	+ 9 781
SUMMA UKL 2016-17		19 723	277 944	155 317	31 879		484 863	483 976	- 887
SUMMA HELA PROJEKTET		177 029	499 857	155 317	31 879	3 928	868 010	810 000	- 37 887

Tabell 3. Projektets ekonomi 2015-2017.

Tabellen visar hur bidragsmedlen i projektet ”Ulvö kulturella näringar” har använts åren 2015-2017. Under perioden 2015 t o m våren 2016 var länsmuseet projektägare. Projektmedlen finansierade under

denna tid den arbetande personalen samt (t o m våren 2016) den av länsmuseum anställda projektledaren. När projektet överfördes till Ulvö kapellag våren 2016 återstod 483 976 kr att disponera. I vår regi har medlen använts till finansiering av personal, guide-samordnare och informationsmaterial.

4. Framtid – samarbete på alla fronter

Ekonomi och finansiering

I projektdirektivet beskrivs ”kickstart”-modellen och praktisk samverkan med öns näringsliv som metoder för hållbar utveckling. Den avgörande indikationen på att detta lyckas är att vi trots fullskalig verksamhet steg för steg gör oss oberoende av bidrag från offentliga intressenter, i detta fall kommunen, landstinget och Länsmuseum.

Redovisning 2017 <i>Exkl Leader och Ulvö kulturella näringar</i>		Budget 2018	Alternativ 2018
Övr intäkter (Zettle o Swish)			
<i>Museet entréavgifter</i>	40 000	45 000	-
<i>Museet kontant</i>	29 000	15 000	15 000
<i>Kaggförsäljning</i>	8 000	30 000	30 000
<i>Lotsstugans intäkter</i>	11 000	20 000	20 000
<i>Kapellets intäkter</i>	9 000	10 000	10 000
<i>Guideintäkter</i>	35 000	40 000	40 000
<i>Övr intäkter (Zettle o Swish)</i>	32 000	-	-
<i>S:a inkomster</i>	164 000	160 000	115 000
<i>Föreningsbidrag Öviks kommun</i>	22 731	22 731	22 731
<i>Ansökt stöd Öviks kn</i>	-	-	90 000
<i>Avtal med Länsmuseum</i>	90 000	90 000	90 000
<i>Sysselsättningsbidrag ungdom</i>	-	35 000	35 000
Summa Intäkter	276 731	307 731	352 731
Driftkostnader			
<i>Inköp till kaggverkstad</i>	36 000	17 500	17 500
<i>Inköp till butik</i>	26 000	10 000	10 000
<i>Inköp till Lotsstugan</i>	20 000	15 000	15 000
<i>Marknadsföring och info</i>	23 000	15 000	15 000
<i>Ekonomiadministration</i>	20 000	20 000	20 000
<i>Övriga driftsutgifter</i>	32 403	25 000	25 000
Summa driftkostnader	157 403	102 500	102 500
Personalkostnader	247 555	198 732	198 732
Investeringar	-	10 000	10 000
Resultat	-128 227	-3 501	41 499

Tabell 4. Utfall och framtidskalkyler

Som framgår av den budget som redovisas för verksamhetsåret 2018/19 – dvs säsongen 2018 – så är detta mål till stora delar uppnått. De 90 000 från Länsmuseumet ligger kvar i budget 2018 eftersom vi förlängt avtalet och således även i fortsättningen kommer att driva Kapellet för länsmuseumets räkning. Parametrar som påverkar framtida driftsekonomi är lönekostnaderna, intäkter från försäljning av Ulvökaggen och guideintäkter.

Entréavgifter och kulturpolitik

Antalet betalande besökare i museet 2015-2017 redovisas i tabell 1-2. År 2017 var på grund av väderförhållandena ett svagt år för hela besöksnäringen och vi tror att det ”normala” antalet betalande besökare framöver kommer att ligga på 1000-1200 per säsong. Till detta kommer besökare som ingår i guidegrupper.

Erfarenheten från hittillsvarande verksamhet är dock att minst hälften av de som närmar sig museet vänder när de ställs inför att betala entréavgift – vuxna 40 kr. Att kapellet har gratis entré torde vara en viktig förklaring till att det lockar 5-7000 besökare varje säsong.

Ulvö museum behöver inte anstränga sig för att locka vana museibesökare. För dessa innebär entréavgiften inget problem och om de uppträdde i ett större antal skulle museets finansieringsfråga vara enklare. Våra besökare är dock normalt människor som valt att åka till Ulvön av andra skäl och det är inte tillfredsställande att en stor del av dessa väljer att inte besöka museet på grund av entréavgiften. *Museet behövs inte minst för de ovana besökarna.* Vi vill därför pröva att övergå till nolltaxa i kombination med frivilliga bidrag. Vi betraktar detta som en kulturpolitisk insats men tror samtidigt, att det på sikt kan ge oss fullt kompenserande intäkter i form av frivilliga bidrag och ökad försäljning från museibutiken.

Samarbete med näringarna

Under projektiden har vi tagit flera initiativ till samarbete med öns besöksnäring. Inledningsvis bör då sägas att benägenheten till samarbete i hög grad bestäms av varje företags arbetsvillkor. För säsongintensiva näringar är det generellt nästan omöjligt att förändra arbetsformerna mitt under högsäsong. Vintertid kan det å andra sidan vara svårt att samla alla till överläggning. Frånsett dessa ”strukturella” svårigheter har vi dock mött ett positivt intresse för samarbete på olika områden.

Information och marknadsföring

Den broschyr som producerades av museet 2017 och som beskriver det samlade kulturarvet innehåller även kontaktuppgifter till dem som tillhandahåller mat och logi samt transporttjänster. Denna broschyr liksom den som beskriver museet distribueras via alla aktörer i Ulvöhamn. Motsvarande information nås även på museets hemsida.

Fr o m 2018 samarbetar vi och bl a Ulvö Hotell även med Svenska Appsystem AB om en ”Ulvö-app” där guideinläsningar och annan information från Ulvö museum kan göras tillgängligt.

Samordnade bokningar m m

Bokningar till grupp-guidningar i museets regi görs antingen direkt hos museet eller via Ulvö Hotell eller Höga Kusten-Båtarna (MS Kusttrafik). Både museet och Höga Kusten-båtarna fungerar idag som viktiga informationspunkter för museet.

”Ulvökaggen” är inte bara en produkt som kan säljas. Säsongen 2018 prövar vi även idén att låta besöksgrupper från bl a hotellet bygga sina egna kaggar, som en betald upplevelse.

Delade ”back-office”-funktioner

På personalsidan finns flera områden där samarbeten kan skapa fördelar för alla parter. *Rekrytering av sommarpersonal* och beredande av sysselsättning för redan anställd personal är ett sådant område. Under lågsäsong t o m mitten av juni och fr o m skolstarten i augusti kan t ex personal som är undersysselsatta i hotellet istället arbeta i museet, kapellet eller lotsstugan. Sådant samarbete inleddes 2017 och kommer att underlättas i fortsättningen genom en gemensam facebooksidan.

Boende för sommarsysselsatta är alltid ett problem på Ulvön eftersom alla inte har möjlighet att bo hos anhöriga. Även här kan ett aktivt samarbete bidra till att tillgängligt boende blir känt och kan utnyttjas.

Sommaren 2018 organiserar museet även en kortare *vårdskapsutbildning* för sina anställda genom HK Dest. AB.

One point

Framgångar när det gäller att nå nya besökare och att kunna driva verksamheten med så låga kostnader som möjligt handlar om att finna gemensamma lösningar som gör vårt eget arbete rationellare och på samma gång förenklar besökarens kommunikation med oss: rakare kontaktvägar, färre kontaktytor, bättre service.

5. Projektets resultat

Samfinansieringsmodellen har inneburit att museet med bidrag från tre anslagsgivare kunnat starta med full personalkapacitet. Kärnverksamhet och delmoment i projektet har därigenom kunnat utvecklas tillfredsställande.

Samarbetet med Ulvö besöksnäring har utvecklats utmärkt.

Självfinansieringsgraden har ökat. Ambitionen är dock att den successivt ska öka så att vi i framtiden klarar verksamheten utan särskilda driftstillskott. Avgörande parametrar i detta är hur vi löser bemanningsfrågan och hur inkomsterna från försäljning av Ulvökaggen kan utvecklas.

Antalet guide-mål har ökat från två till fem – utöver museet och kapellet även Ulvö hamngata, Ulvö lotsplats och Ulvö Nya gruva. Aktivitetsprojekt som avser tillverkning av egna kaggar är under utveckling.

Kunskapshantering och berättande har utvecklats successivt och även gjorts tillgängligt via hemsida och facebook.

Samarbete har inletts med fiskemuseet Vålen i Norrfällsviken.

Ulvö kapellag och museum



*Tom Sahlén
Verksamhetsansvarig*

*Ulf Eklund
Ordförande*

P-G Nyberg

Agnetha Alenius Madsen