En resa i tid och rum

DEN AKTIVE NATURÄLSKAREN

De aktiva naturälskarna drivs av ett intresse för den svenska naturen, där de vill vara aktiva men också njuta av lugnet och stillheten som naturen erbjuder.

Den starkaste drivkrafter för att resa till Sverige på semester är att koppla av och slippa rutiner, att uppleva nya städer och platser och att ha roligt och uppleva nya saker tillsammans. De vill också lära sig något nytt om landet de besöker, uppleva svensk kultur och livsstil, naturen och njuta av god mat & dryck.

En rundresa i Sverige är något som de tycker låter lockande, och speciellt för att se flera olika sidor av Sverige och för att uppleva det sanna Sverige.

KULTURARVET OCH TURISMEN

Intresset för kulturarvsturism växer – kultur och besöksnäring behöver närma sig varandra

Vilken roll har ett länsmuseum? Immateriellt och materiellt kulturarv från länet står i centrum för uppdraget

Mötesplats och kompetenscentrum för kulturella och kreativa näringar

Ett länsmuseum är ett besöksmål som ger en ”ingång” till Västernorrland

En av Sveriges snabbast växande destinationer

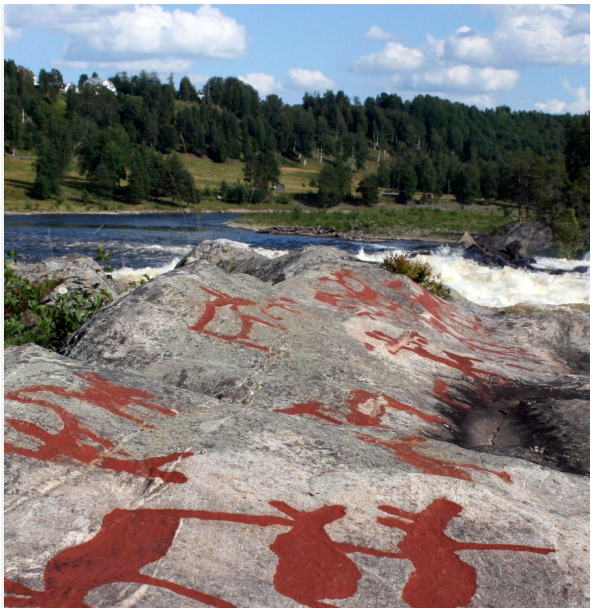
INKVARTERINGSSTATISTIK

SOMMAR I HÖGA KUSTEN

- All time high för 9:e året i rad
- 350k gästnätter juni – augusti
- +18% mot fjolårets rekord
- I somras kom lika många som under hela 2010

HELÅR 2019

- Camping ökar +30%
- Av campings ökning ligger 60% utanför högsäsong
- Hotell, stugbyar ökar +8%
- **66 % sedan 2010**



DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Berättelser *engagerar*

Skildringar av både vardagligt liv och utomordentliga händelser väcker besökarens intresse, stärker upplevelsen och stärker marknadskommunikationen.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Söker efter det *autentiska*

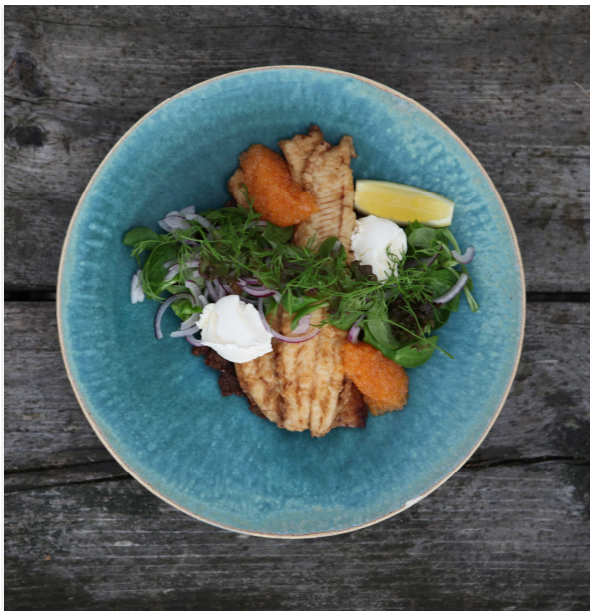
Besökaren strävar efter den sanna och verkliga upplevelsen. Vad upplevs genuint och sant ligger i paketeringen. Graden av autenticitet säljer.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Önskan om ett *ett bättre jag*

Besökaren vill tillägna sig ny kunskap eller nya färdigheter. Komma hem med nya insikter eller nya åstadkommanden. Att resa är att bli ett bättre jag.

VI UTVECKLAR HÖGA KUSTEN
HK DEST.



DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Efterfrågar fler *aktiviteter* utanför hemmet

Urbaniseringen gör att städerna växer och utrymme blir en lyxvara. Nästan var femte invånare i Sverige bor i någon av storstadskommunerna. Man har inte råd att bo stort och söker sig då utanför hemmet för att umgås.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Önskar sig ett *nollfriktionsliv*

Bristen på tid och försöken att pressa in mer i vardagslivet, orka mer och hinna mer gör att tid och energi blir värdefulla resurser. Enkelhet och tillgänglighet är tydliga trender. Tid är den nya valutan.

VI UTVECKLAR HÖGA KUSTEN

HK DEST.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Vill att allt är en *upplevelse*

En större del av konsumtionen läggs idag på upplevelser istället för konsumtions- och kapitalvaror. Vi konsumerar allt mer upplevelser som vi vill ska vara livstilsförändrande och ha en äkta mening för oss som individer.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Vill uppleva *tillsammans* med andra

Genom att skapa upplevelsen tillsammans med andra skapas ytterligare ett värde. Att vara ”tillsammans med familj/sambo/vänner” är det viktigaste när man åker på semester. Kompletteras av sociala medier.

VI UTVECKLAR HÖGA KUSTEN
HK DEST.

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Ett samlat utbud *lockar*

Besökaren vill ha valuta för både tid och pengar. Ju mer som finns samlat inom en given geografisk yta ju starkare blir dragningskraften. Tematik + geografi = sant!

DRIVKRAFTER HOS FRAMTIDENS BESÖKARE

Har allt fler *digitala hjälpmedel* i sin vardag

Tekniken integrerats i våra liv och blivit en större del av vår vardag. Vi har vant oss att kunna lösa våra problem på internet. Nya teknikområden med AI och VR integrerar med vår verklighet. 2030 spå det blir svårt att skilja på den virituella och den verkliga verkligheten.

VI UTVECKLAR HÖGA KUSTEN

HK DEST.

HÖGA KUSTENS KULTURARV - EN FÖRSTUIDE

BEHOV & SYFTE

Låta besöksnäring och kulturarv möta varandra

Inventera de kulturarvsbesöksmål vi har i destinationen

Analysera dem ur ett besöksnäringsperspektiv

Definiera utvecklingsmöjligheter

METOD

INVENTERING

Västernorrlands museum

8 teman

WORKSHOP

TILLSAMMANS MED KOMMUNERNA

KOMPLETTERING OCH VÄRDERING

SLUTSATS

MÅNGA är idag marknadsföringsbara

GEMESAMT UTVECKINGSPROJEKT?

KULTURARV I HÖGA KUSTEN - TEMAN

De övergripande berättelserna

Vardagslivets berättelser

De heliga platserna

Den maritima prägeln

Kvinnors perspektiv

Västernorrlands sameland

Maktens yttringar

Den industriella epoken

KULTURARV UR ETT BESÖKSNÄRINGSPERSPEKTIV

Infrastruktur

Skyltning

Digitala lösningar

Service (mat, fika, toaletter)

Språk (svenska, engelska, tyska, finska)

Nära andra besöksmål

Tillgängliga berättelser på plats

VÄRDERING AV BESÖKSMÅL

A) Möter nästan alla kriterier

B) Möter några kriterier

C) Möter nästan inga kriterier

MÖTER NÄSTAN ALLA KRITERIER

Fritidsbåtsmuseet
Norrfällsviken
Trysunda Fiskeläge
Ulvö Hamn
Skags hamn/Skeppsmalen
Högbonden
Ulvö Kapell
Gammelgården i Myckelgensjö
Mannaminne
Nämforsen
Västernorrlands Museum
Sollefteå museum
Örnsköldsviks museum och konsthall
Hällristningsmuseet Nämforsen
Hemsö Fästning
MoDo museet
Brynge kulturområde
Herrgårdsparken i Köpmanholmen – Bruksmuseet cafe Svea
Friluftsmuseet på Murberget
Häxmuseet

SLUTSATS

Många objekt kan redan idag marknadsföras

Inventering och komplettering av material (foto och film)

Komplettera varumärkesplattformen för Höga Kusten

Många gemensamma utvecklingsbehov

Västernorrlands museum – sammanhållande för ett nytt gemensamt projekt

MURBERGET FRILUFTSMUSEUM – UTVECKLING SOM BESÖKSMÅL

Utredning 2019, Kairos Future

Närma oss näringsliv och besöksnäring.

Långsiktigt hållbart och attraktivt besöksmål, kompetenscentrum & mötesplats

”Museet kan erbjuda upplevelser i 4 århundraden inom en promenad på 300 meter”

Vacker område och historia kopplat till platsen – hantverk, kompetens, brett kulturarv osv.

Matkultur, boende och upplevelser

Speciella händelser skapar en känsla av det autentiska

NÄSTA STEG

Friluftsmuseet

Gemensamt utvecklingsarbete med kommunerna och andra – centrum för kulturarvsfrågor