

SLUTRAPPORT

SKARABORGS KULTURARV SOM BESÖKSMÅL



DESTINATIONSUTVECKLINGSPROJEKT
JANUARI 2023 - DECEMBER 2024



skaraborgs
kommunalförbund



Skaraborgskartan framtagen i projektet av
illustratör Camilla Boring

Innehållsförteckning:

Museernas roll i samhället.....	5	Ett steg i taget (Genomförande).....	24
Uppdrag - Kroka arm.....	9	Skatter och mysterier (Teman).....	27
Vänernuseet.....	10	Summan av kardemumman.....	34
Vadsbo museum.....	12	Dags för nästa steg.....	36
Stadsmuseet i Skövde.....	14		
Falbygdens museum.....	16		
Tidaholms museum.....	18		
Tibro museum.....	20		
Kulturkvarterat i Hjo.....	22		

SKARABORGS KULTURARV SOM BESÖKSMÅL

SLUTRAPPORT

25 AUGUST 2023 - 11 SEPTEMBER 2024

Skaraborg, landskapet mellan Vänern och Vättern, har en rik och spännande historia. Från forntidens megalitgravar på kullarna kring Falköping, genom kungliga dop, helgon, myter och sägner, till industrialisering och spelunder.

Delregionen Skaraborg består till stor del av landsbygd, med femton kommuner, byar och små städer. Mellan städerna finns bördiga jordar, platåberg, sjöar och skog.

För många Skaraborgare är det lokala kulturarvet viktigt. Här finns flera kommunalt finansierade kulturhistoriska museer, ideellt drivna arbetslivsmuseer och ännu fler hembygdsgårdar och bygdegårdar.

I den här slutrapporten sammanfattas de projekt som sju av Skaraborgs museer drev tillsammans med stöd av Skaraborgs kommunalförbund. I projektet har museerna kartlagt sina styrkor och svagheter, utvecklat samarbetet mellan sig och tagit ut riktningen för potentialen som finns i Skaraborgs kulturarv som besöksmål. Vi hoppas kunna inspirera till samverkan och nya idéer för kulturarvets aktörer!

Emma Laurén
Projektledare



MUSEERNAS ROLL I SAMHÄLLET

Museer har samhällets uppdrag att samla in och ta hand om en mångfald av föremål, företeelser och berättelser. Syftet är att ge besökare tillgång till kunskap och upplevelser samt att bevara kulturarvet för framtida generationer.

Enligt Riksantikvarieämbetet har Sverige cirka 2 500 museer. Riksförbundet Sveriges museers besöksstatistik för 2024 var 19,7 miljoner besökare. Museibesöken är dubbelt så många som antalet biobesök på ett år.

Enligt en Novusundersökning genomförd i mars 2022 toppar museerna som den kulturform flest vill lägga skattepengar på. Nästan varannan person (47 procent) vill att staten ska satsa mer pengar på museum.

Allmänhetens förtroende för museerna som bransch har ökat. Enligt SOM-institutets nationella undersökning från juni 2023 hade museerna en förtroendebalans på +73, att jämföra med sjukvården på +71, domstolarna på +58 och Folkhälsomyndigheten på +57. Ett högt förtroende är betydelsefullt för de uppdrag Sveriges museer har i att vara demokratiska och öppna mötesplatser.

I Sverige har museiverksamhet varit viktig för samhällsutvecklingen i mer än 200 år. Att en plats som har ett eget museum har goda förutsättningar för att bevara, synliggöra och förmedla historier, kunskap och föremål från platsen är givet. Ju mer vi vet om en plats, desto mer tenderar vi att bry oss om den, vilja stanna och vara med och utveckla den vidare. Ett museum kan därför också bidra till att skapa nyfikenhet, identitet och stolthet hos dess besökare och vara en viktig del av attraktionen för området.

I Sverige finns flera olika former av offentligt finansierade museer. Vi har ett antal statliga museer, flera regionala museer, länsmuseum, privata och ideellt drivna museer och kommunalt finansierade museer.

Av Skaraborgs femton kommuner är det fler än hälften som är huvudmän för ett museum som de antingen driver i egen regi eller i samverkan med regionen, civilsamhället eller näringslivet. Skaraborg är en av de mest museitäta delregionerna i landet. En betydande tillgång för att få Skaraborgarna att trivas och må bra, men också en resurs att använda för att attrahera besökare och nya invånare.

DE KULTURHISTORISKA MUSEERNAS STÖDORGANISATIONER

Det finns ett antal myndigheter som har i uppgift att stötta och kompetensförstärka landets museer som Riksantikvarieämbetet och kulturrådet. Det finns även nationella intresseorganisationer som ArbetSam, en samlande resurs för Sveriges arbetslivsmuseer, och Sveriges museer som är en branschorganisation för svenska museer.

På regional nivå finns Museinätverk Väst och Prisma VGR. Prisma VGR är en samverkansplattform till stöd för museer, hembygdsgårdar och andra ideella besöksmål med fokus på industrisamhällets kulturarv. Prisma erbjuder kompetensförstärkning inom interpretation, digitalt berättande, programsamverkan och kulturturism bland annat.

Museinätverk Väst är en samrådsgrupp för museala frågor i regionen där fokus ligger på informationsutbyte, kunskapsdelning, kompetensutveckling, strategiska museifrågor och att stärka museerna. Museinätverk Väst riktar sig till offentlig finansierade museer och Prisma VGR riktar sig till den ideella sektorn i första hand.

SAMVERKAN I SKARABORG

Skaraborgs museinätverk har funnits i många år och samlar de kommunala kulturhistoriska museerna i Skaraborg som har valt att ingå. Nätverket fungerar som ett lokalt forum för verksamhetsnära frågor och får stöd av Skaraborgs kommunalförbund. Bland annat har nätverket tidigare skapat en vandringsutställning tillsammans.

De kommunala museerna i Skaraborg står inför liknande utmaningar och har gemensamma behov. Aktuella frågor för museerna inkluderar minskade anslag, föråldrade magasin och fortsatt kompetensutveckling. Trots nationella och regionala stödfunktioner finns det en styrka i att samverka lokalt, med möjlighet att sitta vid samma bord och besöka varandra.

Västergötlands museum i Skara har tidigare ingått i nätverket men har inte deltagit under de senaste åren.

Efter att ha genomfört två konferenser för museerna i nätverket år 2018 och 2019, där medarbetare på de Skaraborgska museerna fick spana in i framtiden, beslutade nätverket att satsa på en projektansökan med fokus på destinationsutveckling med målet att stärka Skaraborgs kulturarv som besöksmål.





UPPDRAG - KROKA ARM

Skaraborgs museinätverk beviljades medel från Skaraborgs kommunalförbund för att kunna vidareutveckla samverkan och hitta fler möjligheter för att komma vidare med att skapa och paketera produkter för kulturturismen. Med vissheten om att bättre samordning stärker förutsättningarna till ett gott förvaltande och tydlig profilering av Skaraborgs kulturarv.

Projektet syftar till att kroka arm med besöksnäringen i Skaraborg och på ett genomtänkt sätt lyfta fram Skaraborgs kulturarv, genom att erbjuda det som museivärlden är bäst på - kvalitativa, kulturhistoriska värden och miljöer till sina besökare. Genom museernas kompetens bidrar de med, att på ett pedagogiskt och folkbildande sätt, koppla nutid till dåtid och dåtid till framtid och lyfta de värden som ständigt är viktiga för oss människor.

Målet är att lyfta Skaraborg i sin helhet som en rik och lättillgänglig kulturarvsbygd.

Genom att samverka kring strategier för platsutveckling, paketering och marknadsföring kan de öka intresset för och tillgängligheten till Skaraborgs kulturhistoriska pärlor och bidra till stolthet och mervärden också för Skaraborgs invånare.

GENOMFÖRANDE OCH ORGANISATION

Projektet startade januari 2023 och avslutades två år senare. Projektet genomfördes i åtta faser över två sommarsäsonger. En väl genomarbetad projektplan var till stor nytta för projektet. Genom ett processbaserat arbetssätt har gemensamma utvecklingsområden mejslats fram.

Projektledaren rapporterade löpande till styrgruppen efter varje projektfas. Styrgruppen bestående av chefer och verksamhetsansvariga för de sju medverkande museerna.

Projektledaren utgick från Vänermuseet i Lidköping som var projektägare, men besökte regelbundet samtliga medverkande museum. Projektledaren initierade samverkan med destinationssamverkan i Skaraborg, Västsvenska turistrådet och Prisma VGR och formade arbetsgrupper i takt med projekts faser.

Fokus har varit att skapa hållbara produkter och arbetssätt så att museerna ska ha förmåga att fortsätta samverkan efter avslutat projekt.

VÄNERMUSEET

Den stora sjöns och stadens Lidköpings museum.

Vänermuseet ligger ett stenkast från Väners strand i Framnäs, Lidköping. 1996 flyttade verksamheten hit till nybyggda, ändamålsenliga lokaler och bytte då namn från Lidköpings Hantverks- och Sjöfartsmuseum till Vänermuseet och kompletterades med en ny inriktning mot livet i och kring Sjön Vätern.

VERKSAMHETEN

Vänermuseet har flera fasta basutställningar med tonvikt på livet kring sjön Vätern och handelsstaden Lidköpings historia. Museet har även en akvariedel med fiskar och andra vattenlevande djur från Vätern.

Varje år visas tillfälliga utställningar, alltifrån konst till hållbarhet. Museet arrangerar föreläsningar och aktiviteter löpande och har ett väl utvecklat skolprogram. Alla elever i Lidköpings kommun kommer till museet i andra, femte och åttonde klass.

Museet har periodvis uppsökande verksamhet och kan med hjälp av vagnen Hållplats Vätern vara på plats ute i naturen med aktiviteter och material som väcker intresse. I kvarteret Ajax i centrum ansvarar museet för en liten lägenhet där tiden har stått stilla i 100 år. Här har museet aktiviteter regelbundet under året.

Entréavgiften till museet är 80 kronor per person. Gratis inträde för besökare upp till 20 år. Föreläsningar och andra aktiviteter som museet arrangerar ingår vanligtvis i entrén.

PERSONAL

Museet har 13 anställda och en tydlig profil på Vätern kopplat till både kulturhistoria, klimat och miljö. Personalen består av en blandning av kulturvetare och biologer samt tekniker, butik- och receptionspersonal, museets chef och en verksamhetskoordinator.

SAMLING

Vänermuseets samlingar består av drygt 17 000 föremål, 1 600 konstverk och 150 000 foton, samt en hel del arkivhandlingar. I samlingarna dominerar föremål från stadens olika hantverksyrken, sjöfart och fiske samt skolmaterial. Fotosamlingen består framför allt av äldre material från fotoateljéer i Lidköping och av museets egna dokumentationer från senare år. Museet använder databasen Charlotta för sina samlingar.



SAMVERKAN

Vänermuseet har flera aktiva samarbeten. Vänersamarbetet, Platåbergens Geopark, Läckö stiftelsen och Rörstrand museum för att nämna några. Museet samarbetar också med övriga enheter inom kultur i Lidköping kring programläggning och lovaktiviteter. Tillsammans med hembygdsrörelsen i kommunen samordnar de ett museirally och museet har en vänförening, Vänermuseumets vänner, som ordnar föreläsningar och utflykter i nära samarbete med museet.

MÅLGRUPPER

Vänermuseet har en tydlig målgrupp i barn och barnfamiljer och en tydlig högsäsong under sommaren samt loven. Tillsammans med bland andra vänföreningen arrangerar museet en hel del föreläsningar och aktiviteter även för en vuxen målgrupp. Museet har runt 25 000 besökare per år.

VADSBO MUSEUM

Vadsbo museum är ett stads- och industrimuseum som visar bygdens historia från forntiden till idag. Museet ligger i fyra av sex flyglar till residenset Marieholm på ön Marieholm i centrala Mariestad. Fokus i utställningarna ligger på stadens industrier och deras produkter, inklusive den kända Unicaboxen.

VERKSAMHETEN

Butik och reception samt delar av basutställningen finns i flygelbyggnaden Stallet. I Industriflygeln finns utställningen om Mariestads industrihistoria med föremål från AB Tidans Unica. Museet visar även tillfälliga utställningar och arrangerar tre stora evenemang: nationaldagsfirande, skördemarknad och julmarknad.

Museet har återkommande temadagar och barnaktiviteter under skolloven. Sommartid är museet öppet fem dagar i veckan och resten av året en dag i veckan, samt extraöppet vid evenemang och jul. Museet sköter även två stugor och ett skolmuseum i Leksberg. Museet har fri entré.

PERSONAL

Vadsbo museum ingår i kultur- och fritidsavdelningen i Mariestads kommun. Museet har en verksamhetsansvarig driftchef. Enhetschefen för kultur ansvarar för museum, bibliotek, kulturskola och teater samt museets samlingar. Verksamhetsansvarig och en museiassistent utgör grundbemanningen. Hälften av resurserna läggs på samlingen och hälften på programverksamhet och evenemang. Aktiviteter för barn och unga genomförs ofta i samarbete med kultur- och fritidsavdelningens övriga verksamheter.

SAMLING

1983 gick museet över i kommunal regi och förvaltar samlingarna som till stor del ägs av Vadsbo hembygds- och fornminnesförening. Samlingen omfattar cirka 15 000 föremål och kommer snart att flyttas då västra flygeln ska renoveras.

SAMVERKAN

Museet samarbetar med övriga enheter inom förvaltningen och har ett kommunalt samarbete kring trädgårdar och grönområden med Göteborgs universitet, som sköter planteringarna på Marieholmsön. Universitetsparken och planteringarna på Marieholm ingår i Trädgårdsresan, ett projekt som lyfter speciella trädgårdar i Västra Götaland. Museet är medlemmar i Arbetsam och NAV – organisationen för industrihistoria och arbetslivsmuseer i Väst.

MÅLGRUPPER

Museets basutställningar riktar sig till kulturarvsintresserade vuxna som utgör en stor del av besökarna. För barn och unga anordnar museet speciella aktiviteter under lov. Museet har cirka 11000 besökare om året.



STADSMUSEET I SKÖVDE

Stadsmuseet i Skövde ligger i gamla fabrikslokaler på Norrmalm, en bit från stadens centrum. Museet skapades 1946 av Skövde hembygds- och fornminnesförening och övertogs 1952 av kommunen. År 2003 flyttade museet till lokalerna på Norrmalm. Den nya basutställningen invigdes 2017 och museet delar idag lokaler med kommunens kulturskola och Skövdes musikgymnasium i Skövde Kulturfabrik.

VERKSAMHETEN

Den fasta utställningen är uppbyggd kring teman och utplacerad mellan undervisningssalar och konsert- och konferenslokaler. Basutställningen består av grafiska element, bilder, filmer, ljudinslag, interaktiva stationer och texter, med få föremål. Fler föremål visas i ett öppet magasin längs väggarna.

Museet har en större lokal för tillfälliga utställningar, både kulturhistoriska, lokala och turnerande. Vanligtvis visas tre till fem tillfälliga utställningar per år.

Museet ansvarar också för Skövdes äldsta hus, Helensstugan, där skolprogram, visningar och andra aktiviteter arrangeras i samverkan med Skövde Hembygdsförening.

Museet har gratis entré, och de aktiviteter som museet själva ordnar är också gratis.

PERSONAL

Museet har två och en halv tjänst: en samlingsansvarig, en museiintendent på heltid och en 50-procentstjänst som delas mellan museet och kulturskolan. Tack vare ett treårigt projekt har museet förstärkts med en pedagog som arbetar med skolverksamhet, visningar och aktiviteter för barn.

SAMLING

Samlingen består av cirka 50 000 föremål, varav en stor del tidigare tillhört Skövdeortens Hembygdsförening (numera Skövde Hembygdsförening). Museet har genom åren tillförts många intressanta föremål, fotografier och historiska dokument som speglar stadens utveckling inom närings-, förenings- och kulturliv. Samlingen växer fortfarande och är registrerad i databasen Sofie.

SAMVERKAN

Museet och kulturskolan är organiserade i nära samverkan med en gemensam chef. Funktioner som vaktmästeri, marknadsföring och bemanning i receptionen delas mellan enheterna. Kulturavdelningen i Skövde inkluderar

även konstmuseet, biblioteket, mötesplatser för unga och scen- och evenemangsenheten. Museet samverkar med dessa enheter kring hemsida, programläggning och lovaktiviteter, samt med föreningar som Skövde Hembygdsförening.

MÅLGRUPPER

Skövde Kulturfabrik har en huvudmålgrupp i barnfamiljer. I vardagen är det syskon och föräldrar till elever på kulturskolan som besöker utställningen. Kulturfabriken har även en populär Skaparverkstad som är öppen när museet är öppet. Museet har cirka 40 000 besökare per år.



FALBYGDENS MUSEUM

Falbygdens museum byggdes 1961 i samverkan mellan Falköpings kommun och Falbygdens hembygds- och fornminnesförening på en av huvudgatorna i staden. Föreningen hade under flera årtionden kartlagt och samlat in föremål från Falbygden som nu kunde visas upp i museet.

VERKSAMHETEN

Besökare välkomnas till museets reception och butik där det också går att köpa enklare fika. I basutställningen på övre plan presenteras platsens historia från forntid till nutid i en kronologisk och tematisk utställning med gravar, skelett, fynd, ljus och ljud. I källarplan finns Barnens museum, ett rum med en inredd handelsbod där barnen får leka, pyssla och klä ut sig. Museet har två utrymmen för tillfälliga utställningar, en yta i butiken/entrén och en större lokal på entréplan. Här visas flera tillfälliga utställningar om året på olika teman, både konst- och kulturhistoriska utställningar. Museet arrangerar också återkommande temadagar som Förintelsens minnesdag.

Museet lägger mycket resurser på samlingarna, utställningar och skolverksamhet. Det erbjuds även guidningar i museet och på intressanta platser i och kring Falköping.

Museet har gratis entré.

PERSONAL

Museet är en av två enheter under en avdelningschef. Den andra enheten är Ekehagens Fornbidsby utanför Falköping. Tillsammans arbetar 13 personer på avdelningen. Personalen delar på flera arbetsuppgifter och alla gör mer än en sak. En antikvarie arbetar med den kulturhistoriska samlingen, en museiassistent med tillfälliga utställningar och arkivet, och en museipedagog/arkeolog med skolklasser, utställningar, programinnehåll och arkeologiska frågor. En museipedagog jobbar halva året med pedagogik. Två museitekniker/vaktmästare arbetar med databas, fotosamling, utställningar och annat kringarbete. All personal har gemensamt ansvar för bemanning av receptionen.

SAMLING

Falbygdens museum har en stor samling på mellan 35 000 och 37 000 föremål, varav cirka 6 500 är förhistoriska föremål från området. De använder databasen Primus och har många föremål tillgängliga digitalt på DigitaltMuseum. Stora delar av samlingarna förvaras i ett magasin en bit från museibyggnaden.



SAMVERKAN

Museet samverkar med flera lokala organisationer som Mat- & Kultur - ekonomisk förening, som arrangerar det stora arrangemanget Konstnatten varje år. Falbygdens konstförening gör en utställning på museet om året. Museet samarbetar också med Falbygdens hembygds- och fornminnesförening i olika projekt och evenemang. Släktforskarföreningen arrangerar ibland Släktforskningsdag på museet.

Museet ingår i det regionala museinätverket och har en stöttande funktion mot de ideellt drivna kulturarvsmuseerna i kommunen. Platåbergets geopark är en viktig samverkanspart.

Falbygdens museum är också med i den europeiska kulturvägen Megalithic Routes kring megalitgravar

MÅLGRUPPER

Museet har en tydlig målgrupp i barn och unga, med skolverksamhet och lovprogram. Den vanligaste besökaren är dock en historieintresserad vuxen från området, men fler och fler barnfamiljer hittar till museet

TIDAHOLMS MUSEUM

Tidaholms museum ligger i gamla industrilokaler på Vulcanön mitt i Tidaholm. Museet grundades på 1970-talet efter att entusiastiska samlare donerat lokalt unika föremål. Idag är museet en del av kommunens besöksmål tillsammans med Barnens hus och turistbyrån.

VERKSAMHETEN

De fasta utställningarna berättar om stadens industrihistoria och människorna som levde här, med fokus på tändsticksfabriken Vulcan, industrialiseringen och fabriken arbetare. Museet visar även en av Sveriges bäst bevarade smedjor, som en gång var tändsticksfabrikens verkstadssmedja.

Museet har också kulturhistoriskt intressanta miljöer som en lanthandel från Varola, en kopia av en fängelsecell från Tidaholmsanstalten, ett möbelrum, en yta om litografins historia samt om frakt och distribution. Man berättar även om musikern Eddie Meduza som levde i Tidaholm. I ett magasin intill museet visas fordon tillverkade i Tidaholms bruk.

Museet har flera tillfälliga utställningar varje år och producerar cirka två egna utställningar årligen.

Alla förstaklassare bjuds in till en tidsresa på Turbinön där museet ansvarar för en grupp mindre stugor. Tredjeklassare jobbar med litografi tillsammans med den grafiska verkstaden intill museet. Museet arrangerar även temadagar som Smides SM och Eddie Meduzafestivalen, samt tematiserade visningar i museet och staden.

Museet och Barnens hus har öppet året om. Entréavgiften är 70 kronor för vuxna och årskort kostar 100 kronor.

PERSONAL

På museet arbetar en museiintendent, en pedagog/föremålsansvarig, en arkivarie och två tekniker som delar sin tid mellan museet och övrig verksamhet i huset.

SAMLING

Samlingarna består av donationer från samlare och material från Brukets tid, inklusive möbler, husgeråd, klichéer, tändsticksetiketter, konst och arkivhandlingar. Föremålen finns i museets byggnader och inkluderar fordon tillverkade i Tidaholm. Museet implementerar samlingsförvaltningssystemet Omeka och har ett föremålsregister i Excel samt ett sökbart fotoarkiv på Flickr.

SAMVERKAN

Museet samarbetar nära med turistorganisationen i Tidaholm, det Litografiska museet, hembygdsföreningen, studieförbunden och övriga verksamheter i förvaltningen. Museet är medlem i ArbetsSam, organisationen för arbetslivsmuseum i Sverige.

MÅLGRUPPER

Basutställningen riktar sig främst till medelålders och äldre med intresse för industrihistoria, men lockar även barnfamiljer vid speciella evenemang. Sedan Barnens hus flyttade in under samma tak finns ett behov att anpassa museets miljöer för att matcha övrig verksamhet.



TIBRO MUSEUM

Tibro museum ligger i en före detta läkarvilla intill stadsparken i Tibro. Här finns utställningslokaler, föreningslokaler, kontor och magasin. Under loppet av knappt 100 år förvandlades bondesamhället Tibro till ett ledande möbelcentrum. På Tibro museum visas stadens utveckling, från små verkstäder i anslutning till möbelsnickarnas egna hem till storskalig möbelindustri. Här finns en autentisk verkstad från 1920-talet, som vittnar om den hantverksskicklighet som präglat stadens historia.

Under hösten 2024 har Tibro kommun tagit beslut om att avsluta sitt engagemang i museet och återföra samlingarna och driften till Kyrkefalla hembygdsförening.

VERKSAMHETEN

På bottenplan av museet finns tre lokaler för tillfälliga utställningar. Delar av bottenplan nyttjas av Tibro idrottsmuseum sedan 2023. På bottenplan finns även samlingslokaler och kontor. En trappa upp finns basutställningen om Tibros historia. En tidsresa från hur möbelstaden utvecklats med fokus på vilka yrken och tekniker som varit tongivande för industrins utveckling. Museet har begränsande öppettider. Utöver utställningsverksamheten är museet med och anordnar föreläsningkvällar och evenemang i samarbete med lokala hembygdsföreningar. Museet erbjuder också lovaktiviteter och guidningar.

Museet har gratis entré.

PERSONAL

Tibro museum bemannas med en antikvarie som har i uppdrag att sköta driften på museet och samverka med kulturarvsföreningar i området. Kommunens Kulturchef är tillika museichef. Antikvarien arbetar i nära samarbete med övriga funktioner inom kulturavdelningen kring program och aktiviteter. Antikvarien finns också tillgänglig för föremålsinsamling, katalogisering, guidningar, skraddarsydda skolaktiviteter och används som sakkunnig inom bland annat bygglovsärenden.

SAMLING

Samlingen består av August Carlssons privata samling som donerades till Kyrkefalla hembygdsförening och senare kom att vårdas av Tibro kommuns anställda personal från 1984. En aktiv insamling sker fortfarande, och de delar som ännu inte är införda i Kyrkefalla hembygdsförenings museikatalog är tekniskt sett Tibro kommuns samling.



SAMVERKAN

Museet har ett nära samarbete med Tibros två hembygdsföreningar, släktforskarföreningen, Tibro fotoklubb och i Tibro idrottshistoriska förening.

De arbetar tillsammans med bland annat en tidsresa för skolbarn i årskurs tre varje år på en hembygdsgård i närheten. Alla Tibros skolbarn i årskurs 3 nås, samt enstaka skolor från Hjo och Karlsborgs kommuner.

MÅLGRUPPER

Museet har en tydlig målgrupp i kulturarvsintresserade vuxna i sin basutställning. Den vanligaste besökaren är också en historieintresserad vuxen från området.

KULTURKVARTERET I HJO

I Kulturkvarteret Pedagogien, Hjo ligger utställningarna om stadens historia under samma tak som biograf (medborgarhus PARK), turistinformation, bibliotek och lokal för tillfälliga utställningar. Tillsammans utgör dessa verksamheter Kulturkvarteret i Hjo. Två av basutställningarna är producerade av Hjo hembygdsförening. En trappa upp i huset finns en basutställning om entreprenören och formgivaren Estrid Ericson, grundare av företaget Firma Svenskt Tenn. En utställning som Kulturkvarteret producerat och som har nationell dragningskraft.

VERKSAMHETEN

Varje år visas åtta till tio tillfälliga utställningar i Kulturkvarteret med en huvuddel konstupställningar, men även inlånade utställningar och egenproducerade utställningar med koppling till platsens kulturarv. Utöver utställningsverksamhet består den museala delen av aktiviteter kopplade till diverse temadagar och konceptet Tre Trästäder (Eksjö, Hjo och Nora). Verksamheten genomför även aktiviteter och guidade visningar kopplat till stadens kulturarv. Idag finns få eller inga skolverksamheter och lovaktiviteter som direkt kan kopplas till utställningarna.

PERSONAL

På Kulturkvarteret arbetar runt 19 medarbetare och innefattar turism, kultur, kulturarv, bibliotek och ungdomscoacher. Under 2024 har Hjo förstärkt kulturverksamheten med en kulturchef som leder arbetet. En medarbetare har ansvar för utställningarna i samarbete med husets övriga verksamheter.

SAMLING

Hjo hembygdsförening äger och förvaltar samlingarna helt i egen regi. Utställningsansvarig har ett nära samarbete med föreningen och gör inlån av föremål i samband med nya utställningar.

SAMVERKAN

Utöver samverkan med Hjo Hembygdsförening samarbetar Kulturkvarteret med andra lokala kulturarvsaktörer, exempelvis SS Ångaren Trafik som ligger i Hjo hamn ett stenkast från Kulturkvarteret.



MÅLGRUPPER

Museets basutställningar har en tydlig målgrupp i kulturarvsintresserade vuxna som också utgör en stor del av besökarna. Bland de tillfälliga utställningarna under året är det alltid några som har målgruppen barn och unga.

ETT STEG I TAGET

För att skapa förbättrade förutsättningar för museerna att vara givna destinationer för den kulturarvsintresserade Skaraborgaren eller turisten började projektet med att titta på utgångsläget för museernas marknadsföring.

Ingen av museerna har en egen kommunikatör och gemensamt för samtliga museum vid uppstarten av projektet var upplevelsen av att de inte lyckades nå ut med sin verksamhet i den mån som de önskade.

Som kommunala verksamheter har museerna ett visst stöd från respektive kommuns centrala kommunikationstjänster, men besöksmålsmarknadsföring landar inte riktigt hos kommunernas kommunikatörer. Varje kommun har också turistinformatörer eller destinationsbolag, men att marknadsföra kommunal verksamhet är generellt inte prioriterat för dem. Museerna hamnar helt enkelt mellan stolarna rent kommunikativt.

Alla museer har en hemsida och sociala medier och det finns både ett intresse och en vilja att vidareutveckla kommunikationen och marknadsföringen tillsammans med gemensamma kampanjer och budskap. Utmaningen ligger i att skapa förutsättningar för museerna att samordna kommunikationen och ta fram underlag i tid för gemensamma kampanjer. En marknadsföringsstrategi togs fram som stöd.

Utgångspunkten var att identifiera vilka delar av museernas verksamheter som gick att haka i varandra för att kunna sammarknadsföra och lyfta Skaraborgs som en rik och lättillgänglig kulturarvsbygd.

VISIT SKARABORG

Visit Skaraborg är en samverkan mellan alla 15 kommuner i Skaraborg med målet att marknadsföra Skaraborg. Samverkan startade som ett projekt 2018 och är idag en löpande verksamhet som finansieras av kommunerna och Skaraborgs kommunalförbund.

Visit Skaraborg utvecklar kampanjer och paket för Skaraborg under namnet Upplev Skaraborg med hemsidan skaraborg.nu som samlingsplats. Under projektet gång har en kommunikationsgrupp utkristalliserats mellan museerna och Visit Skaraborg för regelbundna avstämmningar och samarbeten. Hemsidan ligger i sin tur i Västsvenska turistrådets webbträd precis som samtliga kommuners turistinformation i Västra Götalandsregionen gör.



Produkter och kampanjer som tas fram i museinätverkets samverkan landar med självklarhet här. Från skaraborg.nu kan evenemang, utställningar och kampanjer från museinätverket också med lätthet lyftas fram av Västsvenska turistrådet.

VÄSTSVENSKA TURISTRÅDET

Västsvenska turistrådet har i uppdrag att marknadsföra och locka besökare till regionen och är en viktig samverkanspart för museinätverket för att nå ut. En förutsättning för att Västsvenska turistrådet ska lyfta en verksamhet i sina kampanjer är att verksamheten är ansluten till Hållbarhetsklivet.

Hållbarhetsklivet är Turistrådets samlade initiativ för en hållbar besöksnäring och bygger på fyra grundläggande principer. Syftet är att generera så liten miljöpåverkan som möjligt, få en jämnare fördelning av besökare över året och skapa mer robusta verksamheter. Museerna och/eller kommunerna i nätverket är anslutna till Hållbarhetsklivet.

Västsvenska turistrådet använder sig också av ett system som avgör vilka insatser som erbjuds till vilka verksamheter i regionen. Sverige-Norden-Världen kallas systemet som avgör i vilka sammanhang och mot vilka målgrupper en verksamhet marknadsförs. Bedömningen görs utefter vilka tjänster och vilken service som erbjuds på besöksmålet. Flera av museerna i nätverket når Norden- och världsnivå, men alla gör inte det. Projektets produkter och kampanjer har därför valt att rikta sig mot besökare från Skaraborg eller med en timmes resväg till Skaraborg.

Under projektet har marknadsföringen fokuserat lokalt genom Upplev Skaraborgs kanaler och museernas egna plattformar. Nästa steg för samverkan kan bli att vidareutveckla produkterna och sikta på att nå Nordennivå.

MÅLGRUPPER

Att arbeta med målgruppsanpassade budskap var delvis nytt för museerna som har i sitt uppdrag att rikta sig till den breda allmänheten. För att lyckas nå fram i bruset är det dock viktigt att välja ut vem som ska nås av budskapet. Två huvudmålgrupper valdes ut utifrån museernas befintliga verksamhet.

- Barn och barnfamiljer
- Kulturarvsintresserade vuxna

Målgruppen barn och barnfamiljer har prioriterats och projektets kampanjer och produkter har riktat sig mot den målgruppen.



SKATTER OCH MYSTERIER

VAD HAR VI GJORT

Med ett tydligt mål och utvalda målgrupper var det dags att fundera på vad museerna i Skaraborg vill lyfta tillsammans och utveckla vidare.

Tidigt i projektet genomfördes workshops med samtliga anställda i nätverket för att vaska fram idéer på teman, aktiviteter och metoder som så många av museerna som möjligt vill och kan samlas kring.

Det blev ett angenämt problem att sortera och prioritera i alla de kreativa idéer som kom fram. Ett antal av idéerna gick att ta vidare direkt och några får ligga till sig till framtiden.

Att Skaraborg är rikt på skatter, både i form av guld och ädelmetall, men också skatter i form av unika händelser, människor och företeelser, blev ett tema att samlas kring.

En annan idé som återkom var att ta fram en produkt som besökare hämtar eller köper på museet, men sedan tar med sig ut i den intilliggande staden för att utforska platsens historia. Den här idén blev projektets största satsning, Museimysterier i Skaraborg.

HISTORIEN OM SVERIGE

Ibland har man tur! Parallellt med uppstart av projektet kom en inbjudan till alla Sveriges museer från SVT om att stå för lokal fördjupning och mervärde till storsatsningen med tvserien Historien om Sverige.

Museerna i projektet, samt Västergötlands museum, delade upp de tio avsnitten mellan sig och erbjöd föreläsningar, guidningar och andra aktiviteter i samband med varje avsnitt.

Kalendariet samlades på en egen sida på Skaraborg.nu och varje aktivitet kopplades till ett avsnitt i serien samt andra intressanta besöksmål och lokala företeelser som på något sätt visades i serien. Marknadsföringskampanjen tillsammans med Visit Skaraborg och Västsvenska turistrådet blev framgångsrik och aktiviteterna välbesökta. Falbygds museum som var först ut fick till och med lägga in extra föreläsningar för att kunna ta emot alla som ville komma.

LOVAKTIVITETER

Flera av museerna har sedan tidigare erbjudit lovaktiviteter på bland annat höstlov och sportlov. Att samverka kring lovaktiviteter var helt enkelt en lågt hängande frukt.

Förutom att det är roligt att göra saker tillsammans och att det är lättare att marknadsföra ett gemensamt lovprogram, så var målet att få fler besökare på loven att åka vidare till nästa museum under lovveckan.

Höstlovet 2023 var det första lovet som samarrangerades mellan Vänermuseet, Stadsmuseet i Skövde, Falbygdens museum och Ekehagens Fornbidsby, Tidaholms museum och Vadsbo museum.

Höstlovet infaller i samband med Sveriges nya stora högtid Halloween. Temat för det gemensamma höstlovsprogrammet blev därför spöken, myter och sägner från Skaraborg.

Varje museum erbjöd en löpande aktivitet i form av en gåta eller tipspromenad under sina öppettider för veckan. Därutöver erbjöd varje museum en specifik aktivitet, bland annat som en guidning i ett nersläckt museum, på var sin dag under veckan.

I samarbete med Visit Skaraborg skapades en samlingssida med dag för dag aktiviteter och information om varje museums löpande aktivitet.

Första höstlovet föll mycket väl ut med besöksrekord för veckan på flera av museerna.

Arbetsgruppen vidareutvecklade konceptet till nästkommande påsklov. Västergötland museum hakade på och museerna beslutade att bygga vidare på konceptet med Sagolandet Skaraborg, som består av berättelser och digitala pop-up skyltar om Skaraborgska sagoväsen. Varje museum stod för en löpande aktivitet under veckan på temat.

För att kunna följa upp i vilken utsträckning besökare faktiskt åkte från ett museum till ett annat under veckan fick de barn som löst museets aktivitet ett diplom. Fem exemplar av brädspelet Sagolandet Skaraborg lottades ut bland de som lämnat sitt diplom efter att ha besökt minst tre av nätverkets museum. Glädjande nog var det nära 40 barn som deltog i utlottningen!

Samverkan kring höstlov och påsklov fortsätter efter avslutat projekt.



Konceptbilder från lovverksamheten.





MUSEIMYSTERIEBOXAR

Under projektets inledande workshops fick medarbetarna komma med idéer på nya produkter och aktiviteter som skulle kunna göras tillsammans i nätverket.

Idén om en produkt som knöt samman respektive museet med den kringliggande staden kom upp i lite olika skepnader flera gånger. Museerna i nätverket berättar om platsen historia och såg behovet av att utveckla ett nytt sätt att koppla samman museet och staden med en röd tråd.

Målgruppen för en ny produkt var barn och barnfamiljer eftersom några av museerna önskar utveckla verksamheten mot den målgruppen ytterligare.

I Lidköpings fanns sedan tidigare ett ungdomsföretag som heter Lidköpingsryggan och Anna Backman som driver Lidköpingsryggan tog på sig att samarbeta med museerna för att ta fram nya produkter till dem. För att finansiera den nya produkten ansökte respektive museum om externa medel från Sparbankerna i Skaraborg. Fler av museerna fick medel från den gemensamma stiftelsen Alfa bland annat.

Att välja ut historia och promenadstråk för boxen blev en teamsats för personalen på museerna och Anna. Personalen förberedde en eller ett par historier som de önskade lyfta i produkten. Sedan var det Annas uppgift att välja historia och skapa uppgifter längs en promenad i staden som förde besökaren vidare. Utmaningen var att varje historia och uppgift skulle vara unik. Resultatet blev sju produkter, en för varje museum i nätverket. Boxarna är uppbyggda på samma sätt med en karta och ett antal uppgifter, men samtidigt helt unika.

Museimysterieboxarna lanserades under sommaren 2024 och togs väl emot besökarna. Målet är att boxarna ska vara en lockande produkt på museerna i många år framöver.



KONFERENSER OCH KOMPETENSUTBILDNING

För att stärka samverkan mellan museerna behöver medarbetarna träffas! Under projektets gång har tre konferenser genomförts med olika teman.

Första konferensen var på museet i Tidaholm i augusti 2023. Förutom att fortsätta arbetet med att prata kring vilka produkter och teman som museerna i samverkan kan och bör vidareutveckla fick gruppen en introduktion i guidemetoden interpretation.

Interpretation är en metod som Västra Götalandsregionen förespråkar för att levandegöra natur och kulturarv. När interpretation först började användas på 1950-talet av USA:s Nationalparksservice, var syftet att uppmuntra människor att lära sig något om natur- och kulturarv. Detta är fortfarande viktigt, men modern interpretation har snarare ett progressivt än ett formellt förhållningssätt till "lärande". Interpretation utgår från att det är mer troligt att människor bryr sig om en plats om den betyder något för dem och att olika individer finner olika slags betydelser i en plats.



Eftersom flera av museerna hade en önskan om att förbättra sina möjligheter att erbjuda guidningar var ett första smakprov på metoden interpretation ett uppskattat val.

Efter konferensen valde en grupp ur nätverket att gå en kurs i interpretation hos Prisma. Målet är att fler inom nätverket ska bekanta sig med metoden framåt.

Nästa konferens var på museet i Skövde. Då var temat transmedialt berättande och Johan Lindblom, kommunikatör på Göteborgs museer och konsthall inbjuden.

Han berättade om projektet "Att skapa relationer genom det digitala museet" som Kulturförvaltningen i Göteborg genomförde under 2022. Hans insikter, tips och idéer blev bränsle till en efterföljande workshop. Under 2025 kommer museerna i Skaraborg att utforska möjligheten att arbeta mer med digitalt berättande i samband med Historieveckan som Västergötlands museum är projektägare för.

I november 2024 genomfördes en slutkonferens på residenset i Mariestad. Utöver utvärdering och planering framåt var Christel Storm från Linköpings Slotts- och Domkyrkomuseum på plats för att inspirera kring hur ett litet museum kan använda digitala hjälpmedel i sina utställningar.

Vid besöket i Mariestad fick medarbetarna också prova Vadsbo museums museimysterium, Vita fruns hemlighet. De fick också besöka utställningarna och magasinet.



SUMMAN AV KARDEMUMMAN?

Museerna har kommit varandra närmare genom projektet. Arbetsgrupper har format sig och medarbetarna har fått ta del av relevant kompetensutveckling.

En given siffra att följa i ett destinationsutvecklingsprojekt är antalet besökare.

Besöksantalet har gått upp nationellt i Sverige de senaste åren med cirka 10 procent från 2022 till 2024, enligt organisationen Sveriges museer.

För museerna i nätverket har det samlande besöksantalet ökat med 45 procent. Självklart finns det flera orsaker till detta, men bedömningen är att våra gemensamma satsningar har bidragit till det resultatet.

BESÖKARE	2022	2023	2024
VÄNERMUSEET	20 239	27 744	21 279
VADSBO MUSEUM	11 068	11 650	10 977
TIDAHOLMS MUSEUM	2 556	4 932	6 241
FALBYGDENS MUSEUM	10 300	13 700	15 321
TIBRO MUSEUM	1 794	1 732	1 922
UTSTÄLLNINGARNA, KULTURKVARTERET I HJO	15 919	20 667	22 644
SKÖVDE KULTURFABRIK	40 200	57 460	69 846
SUMMA:	102 076	137 885	148230

Antalet följare i museernas sociala kanaler har också ökat under projektet.

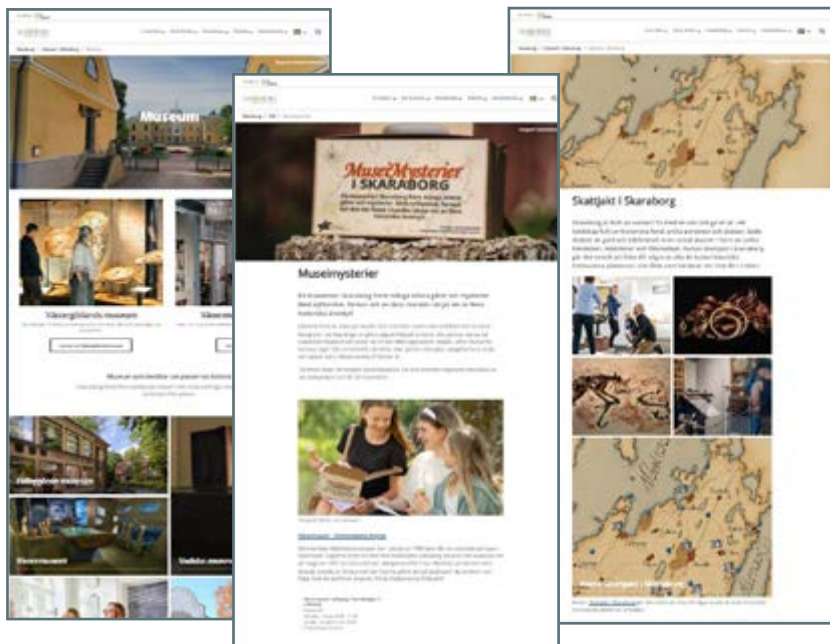
Följare på museernas Facebookkonton har gått från sammanlagt knappt 10 000 följare till 12 400 följare. Följare på museernas Instagramkonton har gått från sammanlagt 3 500 följare till 4 700 följare.

Flera av museerna i nätverket har bytt hemsidor och leverantörer av statistik för hemsidesbesök, därför är det svårt att få fram en siffra på antalet digitala besök under projektet.



SKARABORG.NU OCH KAMPANJER

På Upplev Skaraborgs hemsida har museerna fått ökad synlighet genom projektet. De gemensamma kampanjerna har landat in här och adderats till relaterade erbjudanden och paket för besökare i området.



Ett antal framgångsrika kampanjer genomfördes också under projektet. Museerna har levererat innehållet, som aktiviteter, bilder och textunderlag och Upplev Skaraborg har satt ihop kampanjerna mot valda målgrupper.

I samband med kalendarier för Historien om Sverige fick museerna stor synlighet i Upplev Skaraborg och Västsvenska turistrådets kanaler.

Varje museum stod för en eller flera fördjupningsaktiviteter som presenterades samlat på Upplev Skaraborg och sponsrades mot en och samma målgrupp. Den här kampanjen blev projektets mest spridda med över en halv miljon exponeringar sammantaget.

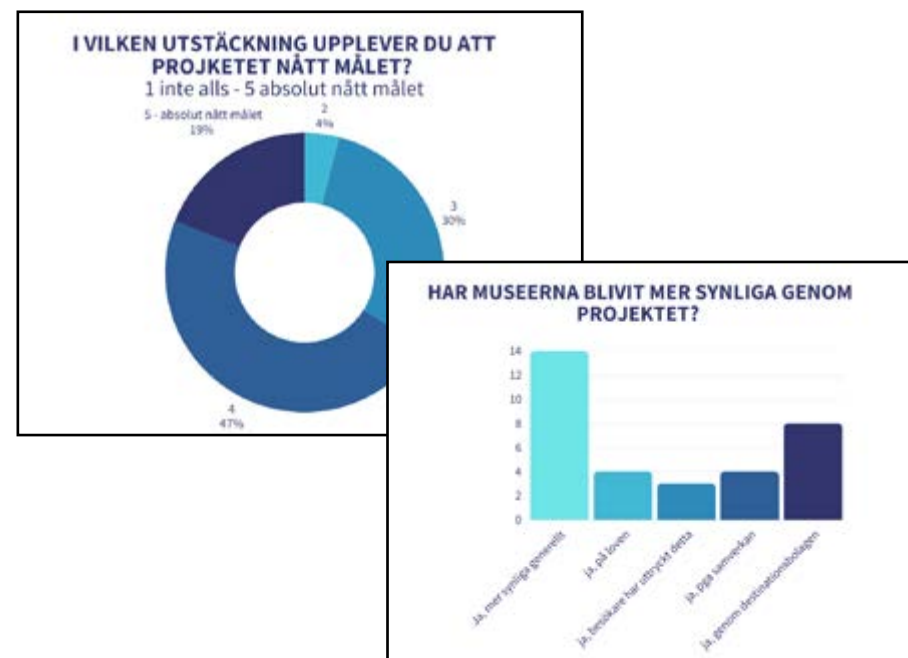
Inlägg på Upplev Skaraborgs kanaler kopplade till Historien om Sverige fick också synlighet genom många kommenterar och stort engagemang i destinationsbolagens sociala medier.

FLERA KOLLEGOR OCH SYNNERGIER

I samband med projektet slutkonferens fick medarbetarna inom nätverkets museum chansen att utvärdera projektet och värdera vad som varit mest värdefullt för var och en.

Inte helt oväntat var just chansen att få samarbeta museerna emellan en återkommande höjdpunkt för medarbetarna. Men också det fördjupande samarbetet med destinationsbolagen.

Medarbetarna fick också skatta i vilken utsträckning de upplevde att projektet nått målet att stärka Skaraborgs kulturarv som besöksmål.



Medarbetarna på museerna upplever i stor utsträckning att projektet nått målet och att museerna blivit mer synliga genom projektet.

I utvärderingen har flera av medarbetarna också lyft fram vikten av att de genom projektet kommit varandra närmare och "fått fler kollegor" som positivt.

DAGS FÖR NÄSTA STEG

VAD BEHÖVS NU?

De kommunala kulturhistoriska museerna gynnas av samverkan kopplat till destinationsutveckling och marknadsföring. Trots att museerna är ganska olika i storlek och uppdrag har de samtidigt en hel del gemensamt och kan i viss mån komplettera och förstärka varandra.

Under projektet har det varit viktigt att de produkter och samarbeten som tagit fram också ska kunna leva vidare efter avslutat projekt. För att det ska vara möjligt behöver museerna fortsätta att prioritera samverkan med varandra och destinationsbolagen. Alltså fortsätta att förankra arbetssättet inom nätverket, samt avsätta både tid och resurser för de gemensamma produkterna.



Analysen är alltså att museerna kommer kunna upprätthålla samverkan med befintliga uppdrag och resurser kring de produkter och tagits fram under projektet.

För att skapa förutsättningar för ett fördjupat samarbete behövs en resursförstärkning och ett tydligt uppdrag.

Det finns en stark önskan om att fördjupa samverkan mellan museerna i nätverket. Museerna vill bland annat få förutsättningar för att skapa nya produkter, som vandringsutställningar och pedagogiskt material, samt fortsatt gemensam kompetensutveckling inom till exempel digitalt berättande och interpretation.

Ytterligare ett önskemål är att museerna i nätverket skulle kunna fungera som noder och kompetensnav för det vidare kulturarvslivet i Skaraborg. Kompetensen och förmågan finns, men här saknas uppdrag och finansiering från museets ägare till den typen av verksamhet riktad mot det ideella kulturarvslivet i Skaraborg.

Skaraborgs museinätverk skulle kunna fungera som ett operativt nätverk för Skaraborgs kulturarv mellan de regionala aktörerna som Prisma VGR, och Museinätverk Väst. Ett fördjupat samarbete skulle leda till synergieffekter, ytterligare synlighet och ökad stolthet över Skaraborgs kulturarv.

Skaraborgs kulturarv som besöksmål var ett destinationsutvecklingsprojekt finansierat av Skaraborgs kommunalförbund mellan 2023 och 2025.

Sju kommunalt finansierade kulturhistoriska museer i Skaraborg deltog i projektet. I den här rapporten summeras resultat, erfarenheter och arbetssätt för museerna i Skaraborg.



FALKÖPING
KOMMUNEN



TIDAHOLMS
KOMMUN

TIBRÖ



Mariestads
kommun



HJO



SKÖVDE

PRODUKTION: Skaraborgs
museinätverk, Emma Laurén.

OMSLAGSFOTO: Martin
Hermansson

FOTO: David Jönsson, Martin
Hermansson, Mikael Sjömark,
Mårten Bergkvist, Jessica
Wennborn.

ILLUSTRATION KARTA:
Camilla Boring

TRYCK: Johnnys kopiering,
Lidköping i April 2025