

## Västerbottens hemläxa inför workshop nr 2

Vi från Region Västerbotten har valt att på ett enkelt sätt delge både några goda exempel samt ett exempel på hur vi "lär våra kollegor".

Goda exempel hoppas vi det finns många som vi kan ta del av för att ta med oss hem. Vi hoppas att de delar vi lyfter här kan komma att användas som ett diskussionsunderlag på något sätt.

Mobilitet och transporter för besöksnäringen efter Väg 363 och Vindelälven-Juhtatdahka

Bianca Byring leder projektet Mobilitet och transporter för besöksnäringen efter Väg 363 och Vindelälven-Juhtatdahka (MOBEVI). Vindelälven är en brusande, bred älv med många forsar, en av få oreglerade älvarna i landet, nationalälv, samt blivande biosfärområde under Unesco. Efter älven ligger det flera vackra byar med mycket verksamhet och organisering, tre olika kommuncentrum och bländande vackra platser. Väg 363 följer älven nästan hela vägen till Umeå. I projektet utvecklar vi en blivande pilot till transport- eller mobilitetslösning för besökare, invånare, verksamma, matvaror och annat gods för Vindelälven-Juhtatdahka/väg 363. Se pressrelease:

<http://www.mynewsdesk.com/se/pressreleases/region-vaesterbotten-och-designhoegskolan-i-samverkan-foer-haallbar-mobilitet-paa-landsbygden-2674655>

I projektets styr- och referensgrupper samt på workshops med mera engagerar vi människor från både de större och mindre kommunerna efter stråket, och från olika byar i stråket. Många deltagare är från Ammarnäs där vägen börjar, men vi har också deltagare från Tavelnsjö, en växande by med växande besöksnäring en halvtimmes bilväg från Umeå. Det som är glädjande är, att vi fått med oss bra representanter från Umeå kommun, representanter som också uttrycker sitt intresse av en väl fungerande transportlösning för de besökare och invånare som vill ta sig utanför Umeå (citat från en av dem ungefär "vi ska fylla X st hotellbäddar och det besökare vill är att ta sig till andra platser"). Turismföretagare, matproducenter och andra aktiva ser Umeå som en viktig marknad för sina produkter, och dessutom anländer besökare från andra delar av Sverige och Världen ofta i Umeå med flyg eller tåg, och saknar då egen bil. De vill gärna samarbeta mer med turismaktörer i Umeå. I projektet har vi en möjlighet att bidra till utvecklingen av älv dalen som en helhet där det ingår rurala och urbana miljöer och människor från dessa, som samspelar redan idag och kan samspela ännu mer. Genom en relevant och fungerande transport- eller mobilitetslösning samt genom förankring och samverkan kring lösningen överbryggar vi de praktiska och de mentala avstånden mellan människorna som vistas eller bor på platserna efter vägen.

Är det så att besöksnäringen i bred bemärkelse är en näring där diktonomin stad-land är lättare att bryta än inom andra branscher? Varför? Staden är inte den enda "resurs" som besökare (som ofta bor i en stad själva) är intresserade av, utan många besökare vill ha en skön blandning av de resurser som finns i stan och de som finns på landsbygden och på platserna däremellan. Människor som bor på landsbygderna vill också få en skön blandning i sina liv och besöka stadens resurser, och åker t.ex. på teater- och hotellhelger till de närliggande städerna, har kanske en övernattningslägenhet där (fri- eller ofrivilligt), har levt en del av sitt liv där, och efterfrågar också kvälls- och nattbussar för att kunna besöka staden kvällstid utan, att någon behöver vara helt nykter. Men till och från de fantastiska platserna utanför staden finns varken dag- eller kvällstid samma standard på kollektiva transporter som stadsbor är vana vid och som landsbygdsbor skulle önska eller som de erbjöds när de var yngre.

Inom besöksnäringen är det också mycket som handlar om det exklusiva, och en del av det exklusiva är det lokalproducerade samt det som är i liten skala. På landsbygden är det mycket som är i liten

skala, och därför lite dyrare, vilket det alltså finns människor som vill betala för. Det finns förstås olika typer av besökare - alla vill inte betala 700 kronor för en middag, det finns också t.ex. barnfamiljer som beställer skrovsmål på äventyrsbadet. Men med det matintresse som finns idag, finns det många människor som vill äta lokalproducerat under sin ledighet, vilket är bra för jordbrukare och matförädlare på landsbygden, oavsett om maten sedan konsumeras i staden eller på landsbygden. Det finns också besökare som vill betala väldigt mycket för en upplevelse som en av få deltagare på en plats på landsbygden. Efterfrågan på exklusiva produkter är alltså till nytta för landsbygden, för dessa produkter har en hög förädlingsgrad vilket inte alltid är fallet när det gäller det som produceras på landsbygden (och sedan exporteras till stan).

För att fortsätta inom temat lokala matproducenter och utvecklingsmöjligheten av dessa företag så sker just nu många goda arbeten i länet. Ett gott exempel på viljan att nyttja sin viktiga roll är Postnord som just nu ser över möjligheterna att skapa en digital marknadsplats i sin urbana terminal i Umeå och till det ett utvecklat transportnät i hela Västerbotten och Norrbotten för att kunna erbjuda "lokala" matproducenter att leverera sina produkter till terminalen och att de då därifrån kan sälja sina produkter till hela länet och hela Sverige på den digitala marknadsplatsen. Detta skulle möjliggöra betydligt större marknadsmöjligheter för producenterna, där många i inlandet idag inte har mer än grannkommunerna som marknad. Dessutom skulle det innebära att kunder, både urbant och ruralt, får en bättre information och tillgång till de "lokala" matproducenterna. Du skulle alltså på samma villkor kunna få din mat levererad till hemmet inne i staden som till hemmet på landsbygden. Även om denna satsning främst gynnar producenterna att nå ut till en större marknad, vilket oftast är städerna, så möjliggör det för de på landsbygden att på samma villkor få sina favoritråvaror, direkt från producenten hem till hemmet eller i vissa fall till en närliggande nod (lanthandel?) då transportnätet inte maktar med hela vägen. Även om denna satsning kommer och driva på bilden av att råvaror hämtas på landsbygden och förbrukas i staden, eftersom majoriteten av det potentiella kundunderlaget finns där, så skulle det möjliggöra för producenten att öka sin produktion och Tillväxt vilket i sin tur kan leda till arbetstillfällen, och i slutändan en ökad kommersiell service då behovet av service ökar där tillväxten sker.

Gällande hur vi "läser våra kollegor" så har Håkan sammanställt en text.

Håkan Sandström, arbetar på kulturstaben, och vi är i färd med att ta fram en ny *kulturplan*. Jag har därför på vår enhet aktualiserat diskussionen om hur den nya planen kommer att ta upp förhållandet mellan stad och landsbygd. Många av de kulturella institutionerna och infrastrukturen ligger i de kustnära städerna samtidigt som Västerbotten är geografisk stort med en många kommuner i landsbygd/inlandet. Hur anpassas planen och strategier utifrån detta?

En annan fråga jag tagit upp är *kultursamverkansmodellen*. Enkelt uttryckt så innebär den att nationella medel för kultur fördelas ut regionerna för vidare fördelning ut i regionen utifrån uppsatta mål. Frågan är hur används modellen och hur tillgodoses de olika behoven som finns för att tillgodose allas möjlighet att ta del av kultur. Tillgodoses behov i första hand där infrastrukturen redan är stark?

Diskussionerna har startat, men är i ett tidigt skede.

Mvh/

Tobias Bergström, Bianca Byring och Håkan Sandström

Region Västerbotten