

# Kulturmiljön som väg till ökad konkurrenskraft inom jordbruket

Inspiration och goda råd inför kulturmiljösatsningar av och för landsbygdsföretagare

Projektrapport

Projektrapport från Landsbyggsnätverkets arbetsgrupp Gröna näringar.  
Text & layout: Daniel Petersson



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling: Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Innehållsförteckning

## Beskrivning av projektet

Syfte	3
Metod	3
Projektets arbetsgång	3

## Exempelsamling

1. Östvallens fäbod/Sundebergs lantbruk	4
2. Ersk-Anders gård	5
3. Röe gård	6
4. Mysten	7
5. Viges gård	8
6. Skottorps säteri	9
7. Högalund	10
För mer information	11

Tio goda råd för din kulturmiljöverksamhet	12-13
--	-------

Analys	14-15
--------	-------

# Beskrivning av projektet

## Syfte

Syftet med projektet är att skapa intresse hos lantbruksföretagare att diversifiera sitt företag via kulturmiljön. Genom att visa exempel på lantbruksföretagare som diversifierat sin verksamhet till att inkludera sin kulturmiljö, och därigenom skapat företagsutveckling och ökad konkurrenskraft för företaget, är tanken att inspirera andra företagare att göra detsamma. Förhoppningen är att deras samlade erfarenheter och goda råd kan ge stöd till den som funderar kring företagsutveckling via kulturmiljön. Urvalet har gjorts för att ge ett brett underlag med företagare från olika platser i landet, produktionsstorlek, inriktning och förutsättningar, även om antalet aktörer är begränsat med avseende på projektets storlek.

## Metod

Metoden för förstudien var dels att leta upp kulturmiljöprojekt med koppling till landsbygdsutveckling som genomförts på länsstyrelserna runt om i landet, dels att använda sig av arbetsgruppens kontaktnät. Därefter togs mailkontakt, vilka följdes av telefonsamtal, med de relevanta aktörerna och länsstyrelserna för att få tips på vilka företagare de ansåg vara potentiellt intressanta utifrån projektets syfte. Avsikten var att få så stor nationell spridning som möjligt, men med tanke på projektets och nätverkets lokalisering blev urvalet främst koncentrat till mellersta och södra Sverige. Utifrån de exempel som framkom gjordes sedan en gallring och resultatet blev 21 företagare, som presenterades kort med bild och text i en förstudierapport.

Metoden för genomförandet av studien och skapandet av broschyren och projektrapporten var att utifrån förstudierapporten välja ut sju lantbruksföretag, som fick genomgå telefonintervjuer under perioden juni-augusti. Syftet med urvalet var att visa på stor spridning gällande geografi, produktionsinriktning, storlek på företaget och naturliga förutsättningar i kulturmiljön. Begränsningen vid sju företag gjordes med tanke på att projektets genomförande var begränsat till tre veckor. Först togs mailkontakt med företagarna, efter vilket de fick ett telefonsamtal för att bestämma tid för intervjuerna. Intervjuerna var semistrukturerade och utgick från ett frågeformulär med åtta standardfrågor. De genomfördes av Daniel Petersson och tog i genomsnitt en timma och tjugo minuter. Efter intervjuerna skapades en exempelsamling med korta texter om var och ett av lantbruksföretagen och utifrån deras samlade erfarenheter sammanställdes ett antal praktiska råd inför företagsutveckling via kulturmiljövärden, samt en analys. Dessa tre delar presenteras i den här projektrapporten, medan de två första utgör broschyren.

## Projektets arbetsgång

Projektet har genomförts i två delar; förstudien genomfördes i mars 2015 och den undersökande studien och framtagandet av en broschyr och en rapport genomfördes juni-augusti 2015. Förstudien genomfördes av Daniel Petersson på uppdrag av landsbygdsnätverkets arbetsgrupp Gröna näringar. Den var en del av arbetsuppgifterna under en praktik på Jordbruksverket, med handledning av Lisa Karlsson. Den undersökande studien och framtagandet av en broschyr och en projektrapport gjordes också av Daniel Petersson, bebyggelseantikvarie.

Personer som har bidragit i projektet är Jan Wärnbäck, Världsnaturfonden; Ann-Sofie Hedberg, Länsstyrelsen Örebro län; Göran Lindberg, Skogsstyrelsen och Nils Lagerroth, Landsbygdsnätverket. Karin Skantze från Naturvårdsverket har varit sammankallande för projektet.

# 1. Östvallens fåbod/Sundebergs lantbruk

Sundebergs lantbruk är inriktat på mjölkproduktion och är under sommarmånaderna förlagt till Östvallens fåbod. Det är ett familjeföretag som sedan 1985 drivs av Karlolof och Ingegerd Sundeberg. Till sin hjälp har de sin son och en deltidsanställd, som tar hand om kalvarna och ett trettital hönor. Gården består av 65 hektar åkermark, där det odlas foder till de 24 korna, och 130 hektar betesmark i skogen på fåboden. Gården, som är Karlolofs föräldrahem, ligger i Hede utanför Sveg i Härjedalen. Den ekologiska mjölken förädlas sommartid på fåboden, medan överskottet och resten av årets produktion hämtas av Arla.

## Kulturmiljön

Sommartid flyttar familjen upp på fåboden med korna under två och en halv månad för sommarbete. Djuren går fritt i skogen och på betesmarken på dagarna, men kommer hem för mjölkning på kvällen. På så vis hålls markerna öppna och både naturen och den bebyggda kulturmiljön bevaras genom att den används. Fåbodvallen har anor från 1600-talet och de äldsta byggnaderna är från 1700-talet. Det berättas om hur svenskarna år 1611 fördrevs från området av norrmännen, som brände ner det, och om hur dagens fåbod är resultatet av svenskarnas återkomst. För Karlolof är fåbodbruk naturligt. Redan som treåring tillbringade han sin första sommar på fåbodvallen och den har brukats varje sommar nästan oavbrutet i 60 år. Utöver ett el-aggregat för mjölkningen drivs fåboden på samma sätt som den alltid har gjort.

## Verksamheten

Mjölken från korna tas omhand på traditionellt vis i kokhuset på fåboden och av mjölken görs bland annat smör, färskost, hårdost och den lokala specialiteten gums. Osten påbörjar sin lagring i jordkällaren på fåboden, för att sedan följa med ner till gårdens jordkällare i byn. Där får osten mogna fram till jul. Produkterna säljs en gång i veckan sommartid på hembygdsgårdens marknad.

Nytt för i år är två nybyggda stugor för uthyrning på fåboden, där familjer och sällskap kan få bo med helpension i ett dygn för att få uppleva livet på fåboden. Hittills har bland andra länsstyrelsen provat på upplevelsen. Dagsbesökare letar sig upp på fåboden, ofta efter att ha köpt någon av gårdsprodukterna på marknaden, för att träffa korna, uppleva fåbodlivet och se osttillverkningen.

Familjen har valt att lägga besök och boende på fåboden till en dag i veckan sommartid, för att både hinna med det dagliga arbetet och kunna njuta maximalt av den dagen. De tar även emot besök på sin hemgård i byn. Sedan 25 år tar man också emot förskole- och skolklasser som får vara med och uppleva vad det innebär att driva ett lantbruk. Utöver klappning och namngivning av kalvarna blir det information om hur mycket foder en ko äter på ett dygn och om hur den ekologiska maten produceras.

## Framgångsrecept och erfarenheter

Fåbodbruket med mjölkdjur på sommarbete har nästintill försvunnit i Härjedalen och Östvallen är den sista fåboden i Härjedalen som levererar mjölk till ett externt mejeri. Förhoppningen är att trenden ska vända och att ett par mindre brukare ska kunna gå ihop och skapa ett gårdsmejeri, så att de kan stödja varandra i kampen för fler mjölkdjur och fortsatt mjölkproduktion på fåbodvallarna. Det lokala engagemanget och arbetet för fåbodarnas bevarande har lett till uppmärksamhet i form av tidningsartiklar, utmärkelsen *Årets Hedebygdare 2007* och filmen *Östvallen – fåbod i historia och nutid*. Framgångsreceptet ligger i omsorgen om djuren som får daglig uppmärksamhet och tas om hand som de individer de är. Eftersom de betar fritt är det ett måste att de kommer på inkallning och deras välmående är viktigt för att de ska mjölka bra och ge välsmakande smör och ost. Lika viktigt är hantverket i förädlingen av mjölken till smör, ost och gums. Familjen Sundebergs grundfilosofi är att utgå från gammal beprövad kunskap som grund för utveckling eller som Karlolof uttrycker det; ”att söka gammalt och skapa nytt”.

## 2. Ersk-Anders gård

Gården Ersk-Anders drivs sedan 1995 av Jacob och Kerstin Silén. Den ligger i Skästra på Järvsö i Hälsingland. Produktionsinriktningen är får, med 330 tackor, utöver de fem fjällkor som går på familjens fäbodvall och till det ca 100 hektar åkermark och betesmarken på fäboden.

### Kulturmiljön

Jacob tillhör den sextonde generationen som driver gården. Gårdsbruket har anor sedan medeltiden och den har förblivit oskiftad, vilket gör att den har kilometerlånga öppna ängar ner mot älven Ljusnan. Gården består av ett tjugotal gamla timrade byggnader, varav vissa blivit utpekade som kulturhistoriskt värdefulla. Det finns ett omfattande gårdsarkiv där de äldsta delarna är från 1600-talet.

### Verksamheten

En av drivkrafterna bakom att inkludera kulturmiljön i verksamheten var att få en extra intäkt och då kändes det naturligt att arbeta med det som redan fanns på gården. Guidningar av gårdens kulturmiljö gjordes redan på Jacobs farfars tid. Då tog farfadern emot busslaster av besökare för att visa dem Hälsingegården och det var därför ett naturligt sätt att utveckla företaget.

Skälsta marknad hölls på gården för tjugonde året i rad i år. En tradition som har anor sedan 1700-talet men som låg vilande under 1900-talet fram till dess att Jacob och Kerstin valde att återuppta den ihop med två grannar. Besökstrycket är stort och under de två dagarna i mars kommer 10 000 besökare för att handla av knallar från hela Mellansverige, äta regionala specialiteter och få uppleva en marknad som är del av en gammal tradition på platsen.

Lagom till förra årets marknad var den renoverade höskullen klar. Den fungerar nu som festlokal och marknadsplats när vädret kräver det. Den har hittills använts till bröllop, födelsedagskalas och musikuppträdanden.

En annan tradition de har valt att återuppliva är att kornas mjölk blir till egenproducerad ostkaka på fäboden och som säljs i den egna gårdsbutiken.

Jacob är en av eldsjälarna bakom *Bo på Hälsingegård* och de har varit anslutna till *Bo på lantgård* sedan 1997. Arbetet med att erbjuda boende på gården började som ett försök att hitta användning till de många byggnaderna som annars riskerade att förfalla. I ett av de gamla gårdshusen erbjuds boende i fyra pigkamrar där stilen på inredningen inte har förändrats sedan 1860.

### Framgångsrecept och erfarenheter

Järvsö är en turistort och paret, som båda är aktiva i föreningslivet i bygden, har blivit etablerade. Deras genuina lantmiljö drar besökare idag, men de arbetar långsiktigt och utvecklar kontinuerligt sin verksamhet. En så stor bebyggelsemiljö som gården och fäboden utgör tillsammans, kräver långsiktiga investeringar för att kunna bevaras för kommande generationer.

Det är ett omfattande jobb att sommartid ta hand om de besökande på gården och visa dem runt samtidigt som de bakar allt till besökarna på fäboden, genomför dagliga guidningar och sköter om djuren på fäboden och markerna hemma på gården. Det är intensiva månader, men i grunden gör familjen Silén det för att det är roligt, även om det naturligtvis måste bära sig ekonomiskt. De brinner för att ta hand om och berätta om sin kulturmiljö, vilket gjort deras gård till exempelgård för guidningar inom Bo på Hälsingegård. Jacob arbetar sedan 2003 även som konsult inom företags- och landsbygdsutveckling.

### 3. Röe gård

Röe gård Butik & Kafé är namnet på den publika verksamhet som drivs av Maria och Paul Christensson, tillsammans med Klevs lantbruk. Gården har 50 hektar åker, 50 hektar skog och 50 hektar övrig mark. Det finns ingen djurproduktion på gården men de tar in ett par sommardjur varje år, vilket både är ett uppskattat inslag för besökarna och som håller beteshagarna öppna. Gården ligger i Brastad utanför Lysekil i Bohuslän. Den ligger utmed Kuststigen, som är en vandringsled mellan Norge och Sverige, och i närheten finns bra klättringsberg. Något som också lockar besökare till gården.

#### **Kulturmiljön**

Röe gård ligger i en historisk bygd och gården har anor från 1200-talet och kvar finns fortfarande delar av en fornborg från 1400-talet. På ägora finns även en stenåldersboplats som är ungefär 8000 år gammal. Hvitfeldtska stiftelsen har tidigare ägt gården och Bellman lär har besökt den. Den rika historien har lett till ett unikt samarbete med Göteborgs stadsmuseum och Bohusläns museum. I restaurangen ställer man ut en del historiska föremål som hittats på ägora och som tillhör museernas samlingar. Det ger besökarna chansen att ta del av historien på plats och ge en fördjupad förståelse för vad de ser och upplever.

#### **Verksamheten**

Företaget, som startade 1991 och har drivits i sin nuvarande form sedan 2009, har på årsbasis sex anställda. Sedan 1993 har man varit aktiva i *Bo på lantgård*. Idag står verksamheten på flera ben: en presentbutik med bland annat lokalt producerade produkter, två hus till uthyrning genom Bo på lantgård, två vandringsleder som är anlagda i samarbete med Bohusläns museum, ett café och en restaurang. Utöver dessa verksamheter anordnar man påsk- och midsommarfirande, skördefest, julmarknad och konferenser på gården.

Uthyrningsdelen består av två boenden, dels i gårdens äldsta hus från 1750 och i ett fristående hus från 2006. Gästerna har självhushållning, men deltar i aktiviteterna på gården.

Restaurangen och caféet byggdes 2009 i en stil som medvetet smälter in i bebyggelsemiljön. Butiken ligger i ett gammalt sädesmagasin som är byggt 1867.

Verksamheten kring mat är igång året runt och man ställer till med bröllop och kalas i restaurangen och erbjuder catering, serverad på egna fat, till närområdet. Allt för att ge en genomgående känsla av kvalitet. Det är viktigt att gästen känner sig välkommen och att allt är genomtänkt. Viljan till värdskap ska genomsyra alla delar varför man också bakar allt som säljs i restaurangen och i caféet. Det är även viktigt för Maria att hennes medarbetare kan svara på frågor om gårdens historia så att kvaliteten märks även där.

#### **Framgångsrecept och erfarenheter**

Maria arbetar aktivt med storytelling som en del av sitt värdskap i verksamheten, varför man i anslutning till vandringslederna har skyltat upp med historisk information. Maria har en stark vilja att föra vidare kunskap, inte bara om gårdens historia, utan också om svenskt lantbruk och svensk mat. Det återspeglas i restaurangen där det finns en informationsdel och hon försöker i sin verksamhet aktivt att lobba för vikten av bra mat. Informationskyltar finns även uppsatta på byggnaderna runtom på gården.

Verksamheten och dess vidareutvecklingen är grundad på Marias intressen och hon drivs av sin nyfikenhet. Att bygga vidare på det som är roligt och det kunden efterfrågar, är viktigt för att satsningen ska lyckas i längden, samtidigt som man måste välja en verksamhet som passar en själv.

## 4. Mysten

Gården Mysten ägs av Ingemar och Margareta Zachrisson. Den ligger i Hemsjö utanför Alingsås i Västergötland. Fastigheten är på knappt 40 hektar med sex hektar åker och tre hektar naturbetesmark. Lantbruket är Krav-certifierat sedan 1995 och har idag sitt fokus på fårskötsel, med 30-40 får, som ger ett 60-tal lamm om året. Familjen Zachrissons var tidiga med ekologiskt producerat kött och var med och startade den lokala föreningen *Mjörnbygdens lamm*, som arbetar för vikten av naturbeteskött. Köttet tas om hand och styckas på en av granngårdarna, och säljs sedan som lammlådor i den egna gårdsbutiken. Åtgången är stor, och i gårdsbutiken kan man även köpa honung från kupor som står på gården, garn och fårskinn. Efterfrågan på köttet är så stor att man i nuläget har svårt att tillgodose behovet och både garnet och fårskinnen köps av kunder från hela landet. Paret Zachrisson arbetar även med avel i liten skala och riksmönstrar varje år ett par baggar.

### **Kulturmiljön**

På Mysten har man strävat efter att bevara kulturmiljön från Ingemars uppväxt. Ett öppen landskap med betade hagar, artrika ängar, stengmurar och trögärdesgårdar. Mysten är Ingemars föräldrahem, och inriktningen har alltid varit allsidig. Gården ligger i en skogsbygd, där åkrar, hagar och skog byter av varandra i ett mosaiklandskap.

### **Verksamheten**

Lantbruket utgör företagets första ben medan det andra är landskapsvård och arbete utifrån gårdens kulturvården. De tog över gården på 1980-talet, efter Ingemars föräldrar, och i mitten av 90-talet började paret att rikta in sig alltmer på landskapsvård och vårdande av gårdens kulturvården. De har därmed över tjugo års erfarenhet av aktivt arbete med tillvaratagande av sin kulturmiljö och företagsutveckling genom den.

Verksamheten har idag skalats ner något, jämfört med tidigare år, men det hålls fortfarande kurser i bland annat lieslagning, fårhantering, gärdesgårdsbyggande samt studiebesök för grupper och gymnasieklasser som får uppleva livet på en lantgård. Ett av årets mest uppskattade evenemang på gården är höstmärknaden i september. Den drar omkring sexhundra besökare per år och i år anordnas den i samarbete med bland andra LRF och Studieförbundet. Företagsgrunden är självhushållning och grundtanken att ingenting ska gå till spillo. Därför säljer man det egna köttet, och en av leasinggårdarnas kött, samt fårskinnen och det spunna garnet från de egna djuren i Mystens gårdsbutik. Garnet spinns sedan 2011 i andelsspinneriet *Ull i väst* i länet, där tio gårdar gått ihop för att kunna spinna garn från sina djur.

### **Framgångsrecept och erfarenheter**

Både Ingemar och Margareta är utbildade biologer och har arbetat som lärare, något som varit en tillgång i arbetet med besöks- och kursverksamheten. De beskriver sitt arbete i företaget som roligt, men strävsamt. De har medvetet valt att arbeta med saker de tycker är roliga och har låtit företaget växa med intresset och kunskapen. De påpekar att man inte kan göra allt själv, att det är viktigt med samarbete och ett kontaktnät. Sitt kontaktnät har de fått genom ideella uppdrag och engagemang i olika föreningar, något de också rekommenderar andra. Därigenom kan man dessutom få bränsle till viljan och drivkraften att utveckla sitt arbete och sin kunskap.

Deras långa erfarenhet i branschen har burit frukt och de har fått flera priser och uppmärksammats bland annat genom en följetong i tidningen *Land*, *Året på gården 2003-2004*, utifrån den bok de skrev om sitt arbete på gården *Utblick från en gårdsplan*. Det ledde till en hel del publicitet och boken kom att användas av studiecirkel runt om i landet, där grupperna sedan kom på studiebesök till gården.

## 5. Viges gård

Gården Viges ligger i Grötlingbo utanför Havdhem på södra Gotland och drivs av Lars-Göran Söderström sedan 1981 då han tog över sin familjegård. Det är ett miljö- och naturinriktat lantbruk med fokus på betesdjur: ett åttiotal får, som årligen får ca 130 lamm, och ett fyrtiotal dikor med kalvar. Djuren rör sig fritt i markerna och de går tillsammans med sina lamm och kalvar. Markerna är huvudsakligen 100 hektar naturbetesmark, 40 hektar åkermark och 20 hektar skog. Lars-Göran driver gården på egen hand med hjälp av sambon Marita Dahlby.

### Kulturmiljön

Kulturmiljön är omfattande och de synliga spåren av tidigare bruk är många med bland annat stengärdesgårdar, lammgiftar, en strandbod och två renoverade kvarnar. Den ena kvarnen, i sten, byggdes 1899 och var i bruk fram till 1945. Den är nu renoverad och används för uthyrning. Den bebyggda kulturmiljön är varierad, med allt från bevarade gamla fähus på betesmarkerna till moderna produktionsbyggnader på gårdsplanen. Gården är en av de äldsta i socknen och delar av flygelbyggnaden är från 1100-talet. Den har tidigare använts som bryggghus och snickarbod, men är idag del av uthyrningsverksamheten. Naturbetesmarkerna ligger på de två kilometerna mellan gården och havet. De är klassade som Natura 2000-områden, och får genom sitt biotopskydd stöd för biologisk mångfald och artrikedom. Landskapet är varierat; med strandängar, ekskogar, hagar, stränder och en halvö som djuren kan gå ut till när det är lågvatten.

### Verksamheten

Intresset för kulturmiljön har Lars-Göran med sig sedan barnsben, och gården har så länge han kan minnas drivits med hänsyn till landskapet, naturen och djuren. Han har fortsatt nyttja naturen, stämningen på gården och kulturmiljön, inom alla aspekter av företagandet. Företagets affärsidé är att vårda sin kulturmiljö.

Ett besök från länsstyrelsen på slutet av 1980-talet kom att bli startskottet för den verkliga satsningen på kulturmiljön och sedan dess har han fått stöd för artrika marker och annat som hör kulturmiljön till. Med stöden för markerna kommer också ett ansvar att berätta för besökare om markerna så att de kan röra sig tryggt i dem, och få ut så mycket som möjligt av sitt besök. Tidigare år har Viges varit aktiva i LRFs *Öppen gård* samt *Bo på lantgård* och tog då med folk på vagnurer ut i hagarna. Något Lars-Göran fortfarande gör men numera är det främst med besökare som antingen hyr in sig sommartid eller för konferenser och friskvård.

En annan del av verksamheten är uthyrningen av flygelbyggnaden och den ena av väderkvarnarna, något som varit ingång sedan 1978. Den första är populär bland barnfamiljerna och den andra främst bland utländska turister och bröllopspar då den ligger helt avskilt i en hage vid stranden.

Lars-Göran samarbetar även med sin sambo Marita Dahlby, som har friskvårdsföretaget *LeviNuet*, vilket erbjuder friskvårdskonferenser, kursverksamhet och medicinsk yoga. Kulturmiljön på gården har visat sig vara lämplig för den sortens aktiviteter och hon håller klasser både i det ombyggda hönshuset och ute i naturen.

### Framgångsrecept och erfarenheter

Lars-Göran ser sig själv som en landskapsvårdare, som genom sina djur håller landskapet öppet och bevarar det. Det är han som sköter djuren, men tillsammans vårdar de landskapet. Djuren och kulturmiljön hör ihop på ett oskiljaktigt sätt. Han ser det som en helhet, där den ena delen inte överlever utan den andra och att det är just helheten som gör den så värdefull. Han menar att företaget har överlevt tack vare att fokus har varit att bevara kulturmiljön, något som även har uppmärksamats av bland andra landshövdingen på Gotland, som i höstas bjöd in Lars-Göran och Marita på middag för att de skulle kunna berätta om sitt landskapsvårdande arbete.



## 6. Skottorps säteri

Skottorps säteri är en gård som ägs och drivs av Lars-Inge Gunnarsson med familj och som ligger utanför Laholm i Halland. Skottorp är den största gården av ett flertal där han har mjölkproduktion med 720 mjölkkor. Den sammanlagda foderproduktionen sker på 1500 hektar åker och de har även 350 hektar betesmark. De har även potatisodling, ett par tackor och på gården sker egen energiproduktion genom en biogasanläggning och två vindkraftverk. Det är ett familjeföretag med totalt 16 anställda. Lars-Inge köpte gården 2002, men har drivit första delen av sitt lantbruk sedan 1982.

### **Kulturmiljön**

Gården och slottet, som kallas "Sveriges bäst bevarade empireslott", har anor från 1600-talet och hade redan då stor jordbruksproduktion. Slottet och delar av gårdens byggnader är utnämnda som byggnadsminnen av Länsstyrelsen i Halland. Det innebär att det finns regler att ta hänsyn till, för att skydda byggnadens karaktär, till exempel vid renoveringen och ombyggnationen av kostallet i natursten till mejeri.

Till gårdens kulturmiljö hör också ett antal trädalléer som ska skötas om och bevaras. En annan del av helheten är också de stengärdesgårdar, varav vissa har restaurerats, och häckar mellan åkrarna, som Lars-Inge tycker är viktigt att man bevarar i landskapet.

### **Verksamheten**

Den huvudsakliga kulturmiljöverksamheten sker i och kring mejeriet som ligger på gården. Mejeriet ägs av fyra delägare, däribland Lars-Inge och Ingmarie Müller-Uri som sköter den huvudsakliga driften. Det öppnades 2011 i det gamla stenstallet från 1700-talet som finns på gården. All mjölk till mejeriet levereras direkt från korna på gården.

De tar också emot många besökare som kommer för att besöka mejeriet och slottet, som sedan 2005 ägs av Lars-Inges släktingar, familjen Müller-Uri. Eftersom efterfrågan efter att se även produktionen är stor, har det blivit en naturlig del i visningen att ta med besökarna så att de får se varifrån råvarorna till osten kommer och förstå gårdens helhet. Mejeriet är ett modernt kretsloppsmejeri som försöker minimera sin koldioxidproduktion genom bl.a. användandet av förnyelsebara energikällor och vindkraft från gården.

Utöver mejeriet har Lars-Inge inrett 25 lägenheter till uthyrning i bland annat gamla renoverade byggnader på gården, vilka även har kompletterats med ett par nyare byggnationer, medvetet i en stil som inte ska sticka ut mot den gamla bebyggelsen. Byggnadernas nya bruk började som ett försök att hitta nya användningsområden för dem, så att de kunde fortsätta vara en del av helheten på gården.

### **Framgångsrecept och erfarenheter**

Skottorps framgångsrecept utgår ifrån ett helhetskoncept: från slottet, till mejeriet, till produktionen via den egna energiproduktionen och markerna. Allt hänger ihop, och det är viktigt att visa på helheten och att informera besökaren om vad det är de ser och vad varje led i kedjan betyder för kretsloppet. Att mjölken till osten produceras på gården där mejeriet står känns naturligt, men ger ett verkligt mervärde för produkten. Skottorp har kommit att bli utgångspunkten för Lars-Inges verksamhet, och basen för den är nu kulturmiljön. Det är den som står för mervärdet och som möjliggör utvecklingen av företagets produkter. Kulturmiljön ger ett sammanhang till maten, och den som köper osten köper också en bit av helheten, en bit av historien. En historia som man förmedlar till besökarna.

## 7. Högalund

Gården Högalund ligger i Skepperöd utanför Hörby i Skåne. Här driver Helena och Håkan Olofsson sitt jordbruk sedan år 2000. Gården har specialiserat sig på ekologiska betesdjur och idag håller gårdens tjugo nötdjur landskapet runt gården öppet och naturbetesmarkerna i trim. Djuren slaktas på ett gårdsslakteri fyra km bort och köttet säljs sedan som köttlådor på Högalund, både till besökande och via beställning. Markerna består av 25 hektar, där hälften är åker- och hälften betesmark, samt en liten skog.

### Kulturmiljön

Gården ligger i ett skiftande småbrutet landskap, i en skånsk mellanbygd, vilket Helena beskriver som den perfekta platsen för att driva hennes form av kultursatsning. Landskapet är skiftande och består av såväl gran- och bokskog, som naturbetesmarker och små åkermarker. Djuren tar hand om betesmarkerna, men det kompletteras med lite röjning för att tydliggöra spåren och ruinerna.

### Verksamheten

Helena tog över sitt föräldrahem, vilket byggdes som ett dragontorp under 1700-talet, och hon är en i raden av generationer som har brukat gårdarna i trakten. Släktens rötter finns på platsen och både naturen och byggnaderna bär spåren av deras arbete. Det är platsen som bidragit till att de valt att utöka sin verksamhet via kulturmiljön. Grunden för kulturverksamheten är de historier hon hört sedan barnsben och som sedan kompletterats med egen släkt-, gårds- och hembygdsforskning. Konceptet innebär att väva ihop och levandegöra berättelserna och historien genom de fysiska spåren i markerna.

Den första kulturvandringen skedde år 2010 och nu är man inne på den sjätte säsongen.

Två olika vandringar; *Spåren av folket före oss* och *Läkande örter och den kloka brännerista Bengta*, är båda ungefär fyra km långa och går över både de egna och grannens marker. Under vandringarna visar hon de besökande bland annat ruiner, stengården och fossila åkermarker och man äter picknik från det lokala bageriet på fäladen.

### Framgångsrecept och erfarenheter

För Helena fanns intresset för naturen och platsen, dess historia och de muntliga berättelserna, redan i barndomen. De historier hon samlat på sig har hon valt att föra vidare, både som en affärsidé men också som ett sätt att bevara dem och förhindra att de faller i glömska.

När det gick motigt i företaget föll valet på att bredda verksamheten med hjälp av kulturmiljön. Något som möjliggjorde för Helena att fortsätta med lantbruket. Hon beskriver det som att värdena i kulturmiljön, den vackra naturen, det kontinuerliga brukandet av markerna, de fysiska spåren efter tidigare boende på platsen och deras historier var det som räddade gården. Verksamheterna är idag en naturlig helhet.

Valet att samarbeta med sina grannar och andra företag i bygden beskriver hon som en del av sitt framgångsrecept. Att involvera grannarna har varit ett sätt att engagera bygden och skapa en lokal förankring.

En annan komponent som skapar mervärde är att bjuda besökarna på en liten trevlig överraskning. Enligt Helena är den bästa marknadsföringen nöjda kunder, även om det naturligtvis krävs vanlig marknadsföring också. Med väl använd strategisk marknadsföring kan man komma långt utan att behöva ruinera sig. Genom åren har Helena också fått bekräftelse på väl genomfört arbete, då hon bland annat fått *Hörby kommuns miljöpris* och pris från Hushållningssällskapet. Något som också lett till artiklar i exempelvis Skånska dagbladet.

För mer information om företagen besök gärna deras hemsidor:

1. **Östvallen**

[www.foodofjamtland.se/matproducenter/2434.ostvallen.html](http://www.foodofjamtland.se/matproducenter/2434.ostvallen.html)

2. **Ersk-Anders**

[www.ersk-anders.se](http://www.ersk-anders.se)

3. **Röe**

[www.roegard.nu](http://www.roegard.nu)

4. **Mysten**

[www.mysten.se](http://www.mysten.se)

5. **Viges**

[www.viges.se](http://www.viges.se)

6. **Skottorp**

[www.skottorpssateri.se](http://www.skottorpssateri.se)

7. **Högalund**

[www.kulturvandring.se](http://www.kulturvandring.se)

# Tio goda råd för din kulturmiljöverksamhet

## **Börja småskaligt**

Att börja småskaligt ger utrymme att anpassa verksamheten efter din kunskap, dina förmågor och ger stora möjligheter att tänka om och tänka nytt. Flexibiliteten tillåter verksamheten att växa eller krympa efter dina förutsättningar och med din erfarenhet. Då kan du låta ditt intresse och efterfrågan styra.

## **Var envis**

Tålmod är viktigt. Tro på din idé. Det tar tid att bli etablerad och du måste vara beredd på hårt arbete, precis som med alla egenföretag. Att få en nöjd kund innebär att förstå vad kunden vill ha men det betyder inte att du behöver ge upp din ursprungliga tanke. Du bör försöka erbjuda det som efterfrågas, men gör det på ditt eget vis.

## **Gräv där du står**

Börja i din närmiljö och jobba med det. Där finns din kunskap och ditt intresse vilket du bör utgå från. Varje kulturmiljö har sin historia, sina byggnader och sin natur. Hitta din röda tråd. Det är viktigt att du väljer en inriktning som låter dig jobba med något du tycker om. Din verksamhet och produkt kommer då att genomsyras av ditt engagemang och det märker besökarna. Låt din nyfikenhet leda till utvecklingsmöjligheter genom att till exempel gå kurser i det du är intresserad av och sedan använda kunskapen i företaget.

## **Skapa lokal förankring**

Att skapa lokal förankring handlar både om att skapa förståelse för ditt arbete i bygden och att förankra din verksamhet lokalt genom att dra nytta av den kunskap som finns samlad där. Läs på om din hembygd och din gård, prata med grannar och äldre i bygden, det finns säkerligen en historia värd att berätta i olika sammanhang.

Ta kontakt med din hembygdsförening, dina grannar och länsstyrelsen. De kan ha tips på bra kurser eller andra som har gjort liknande satsningar. Genom att bjuda in dem som har hjälpt till från början, till exempel de lokala föreningarna och grannarna, på en premiärvisning så kan du både få återkoppling på hur de upplevde det. Samtidigt kan du skapa förståelse för din verksamhet.

Gå även med i föreningar och engagera dig. På så sätt kan ni skapa dragkraft åt fler lokala företagare på samma gång.

## **Samarbeta och ta hjälp**

En samarbetspartner kan vara guld värd. Ta hjälp av andra lokala företag för att fixa mat eller underhållning till ditt evenemang. Då slipper du stå för den delen själv och ditt kontaktnät växer. Använd dig av andras kompetens och ta möjligheten att lära dig av deras framgångar och misstag. Ingen kan kunna allt från början och kanske kan det leda till ett samarbete som ger dig mer stöd på vägen. Lyckas ni skapa grogrund för samarbeten kan hela bygden få ett uppsving.

## **Ta betalt**

De flesta menar att det är svårt att ta betalt men verksamheten är en del av ditt företag och du måste få pengar för din tid och ditt arbete. Om du säljer en produkt; gör produkten till en del av helhetsbilden så att kunden upplever att de köper en liten bit av gården. Då kan det bli lättare att ta betalt. En annan viktig del är att vara tillgänglig för betalning när folk kommer och åker hem. Försök ha en kortläsare, swish eller något annat betalsätt redo. Kunden vill betala men du måste göra det möjligt på ett enkelt sätt.

## **Skapa ett mervärde**

Att skapa ett mervärde kan vara att skapa en helhetskänsla som besökaren kan ta med sig hem i minnet. Visa på hela kulturlandskapet med både djur, natur och kultur och försök gärna att knyta den fysiska platsen tillbaka i historien genom att förklara vad besökaren ser och vad som har hänt där tidigare.

Ett annat sätt är att ge besökaren en liten oväntad överraskning. Det kan handla om att klappa ett får eller ta del av arbetet på gården. På så sätt kan du skapa både mervärde och förståelse för helheten. En nöjd kund är den bästa reklam du kan få.

### **Var tillgänglig**

Det är viktigt att vara tillgänglig. Svara på e-post och i telefon så snart du kan och ha en uppdaterad hemsida. Lägg ut vad som händer på gården via sociala medier exempelvis Instagram och Facebook. Billigare reklam finns inte, men det kräver att du gör det helhjärtat. Lägg in en uppdatering varje vecka, även under lågsäsong, och gärna ihop med en bild. Det behöver inte vara något stort, men det är viktigt för att hålla sig kvar i folks medvetande tills dess att det blir säsong för att besöka verksamheten igen.

### **Planera**

Oavsett hur bra du planerar och försöker sprida ut aktiviteterna över året så kommer det alltid att finnas en högsäsong. Var medveten om den och försök se till att du kan få hjälp med arbetet på gården eller den övriga verksamheten under den tiden. Det blir ofta ett par hektiska månader med mycket socialt umgänge som de flesta beskriver som mycket roligt. Det blir arbetsamt, men det är de månaderna då det mesta händer. Kom ihåg att även du behöver semester, även om du kanske inte kan ta den då alla andra är lediga.

### **Marknadsför dig själv**

Reklam kan bli dyrt så tänk strategiskt. Ring lokaltidningarna när du har något på gång, i bästa fall skickar de ut en reporter. Reklam måste upprepas och människor behöver ofta se en sak flera gånger innan de agerar. Annonsera årligen i tidningen i samband med exempelvis bygdens skördefest. Prata också med bussbolagen som anordnar resor runtomkring i länet. Kanske kan din verksamhet bli ett stopp på vägen under deras rundresor. Om du tror på din verksamhet och din produkt så går det att få andra att göra detsamma.

## Analys

### **Inspiration till startskottet**

Många berättar om hur ett tillsynsbesök av länsstyrelsen eller Jordbruksverket har sått ett frö till dagens verksamhet och även varit det som fått en att våga ta steget fullt ut. Den regelmässiga tillsynen av exempelvis en betesmark har i flera fall lett till långa samtal om de värden som finns på markerna och om att de är värda att bevara och arbeta vidare med. De oväntade mötena har i flera fall lett till fler besök av till exempel antikvarier, och man har då kunnat prata om fler aspekter av gårdens kulturmiljö. Dessa besök har också lett till förslag om ansökan av olika bidrag och stöd till hjälp för arbetet med verksamheten. Flera av företagarna har med åren upprättat samarbeten med sina länsstyrelser, som till exempel hållt kurser på gården och besökt den i olika sammanhang. Det verkar finnas ett genuint givande och tagande mellan de båda och ett intresse från länsstyrelsernas sida att få visa upp de goda exempel man har i sitt län. Det visar på betydelsen av rådgivning från myndigheterna. Positiva signaler om att något faktiskt är av värde, är en viktig del i att man vågar ta steget och starta sin verksamhet.

### **Kopplingen till kulturmiljön**

Många av företagarna har ett intresse för historia sedan barnsben, och ett intresse för sin närmiljö, sin gård och platsen. Hos andra har intresset vuxit fram med tiden och möjligheten att utvidga sitt företag till att även omfatta kulturmiljön har gjort att intresset har väckts och börjat blomma. Vissa av företagarna är uppväxta på den gård där de nu driver sin verksamhet, vilket gör att det finns en naturlig koppling till platsen och kulturmiljön. Andra har kommit till platsen först i vuxen ålder, men det är inget som hindrar att man känner ett starkt band till sin nya plats och kulturmiljö. Kanske ger det en lite mer pragmatisk syn på vikten av att kulturmiljöverksamheten faktiskt måste bära sig och generera en inkomst. Det finns fortfarande en genuin känsla för platsen, och ett stort engagemang, och kopplingen till kontinuiteten i brukandet av marken och gården är densamma även om det inte är blodsband som knyter en till platsen.

### **Verksamheten**

För de flesta av företagarna är satsningen på kulturmiljön något som har vuxit fram sakta, och som har fått lov att ta tid. Vissa håller det medvetet på en nivå som gör att de kan sköta det på egen hand, medan andra väljer att expandera, precis som med lantbruket i övrigt. Det är en smaksak men de flesta är överens om att man bör börja småskaligt med sin kulturmiljösatsning, känna sig för hur det känns och vad som fungerar för en själv. För dem som väljer att fortsätta i begränsad skala är också flexibiliteten och möjligheten för verksamheten att krympa och växa med förutsättningarna och livets skiftningar, en av fördelarna. För vissa av företagarna började kulturmiljösatsningen som ett nytt litet spår för företaget, men har sedan kommit att växa in mer och mer i lantbruksföretaget och blivit något som idag är en del av grunden. I många fall har en liten satsning lett till att man insett värdet av sin kulturmiljö, och med verksamheten har också intresset vuxit. Fler och fler delar av helheten blir tydliga med tiden och kan i sig själva leda till fler utvecklingsmöjligheter. För andra är kulturmiljön något en arbetat med hela livet, mer eller mindre medvetet, och möjligheten till företagsutvecklingen har då kommit i och med den nya efterfrågan på kulturmiljöer.

### **Långa perspektiv**

Det företagarna har gemensamt är tanken om att det handlar om att bevara och förvalta ett kulturarv, en miljö och en helhet som har vuxit fram under generationer. Man ser sig som en i ledet av många föregående och kommande förvaltare. Respekten för det man har och vikten av att utgå från det är en viktig grundtanke.

## **Framtiden**

Synen på framtiden är genomgående positiv och känslan är att tillvaratagande av kulturmiljön ligger i tiden och bara kommer att få allt större betydelse för företagandet på landsbygden. Det finns även en gemensam syn på vikten av information och spridande av kunskap till besökarna, som ofta är från urbana miljöer och saknar delar av den tidigare naturliga förståelsen för hur dagens kulturmiljöer har vuxit fram.

Många av företagarna betonar vikten av att förklara kopplingen mellan svensk mat och öppna landskap. Däremot uttrycks i flera fall en oro för hur man ska kunna göra generationsskiften i driften när den tiden kommer. Även om det allmänna intresset för kulturmiljön är stort, saknas det idag ofta folk ur de yngre generationerna som är intresserade av att ta över företagen. För de nuvarande företagarna är det viktigt att kulturmiljöerna lämnas över i goda händer till någon som kommer att fortsätta respektera dem.