

# Slutrapport för projekt Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig

Projektid 2004-09-01 – 2007-08-31



Föreningen  
Hälsingegårdar



RÅDGIVNING  
HÄLSINGEGÅRDAR



LÄNSMUSEET  
GÄVLEBORG



Projektet medfinansieras av  
Europeiska unionen, Utvecklings-  
och garantifonden för jordbruket

Hälsingland och Länsmuseum Gävleborg i november 2007

Anna Lindgren, ordförande styrgruppen  
Britta Blank, bitr. projektledare/föreningsutvecklare

Birgitta Esbjörnsson, projektledare/affärsutvecklare  
Ulrika Olsson, byggnadsantikvarie/antikvarisk rådgivare

## Titel och Årets Leader 2006

- 1 Sammanfattning
- 2 Bakgrund
- 3 Syfte och mål
- 4 Måluppfyllelse
- 5 Projektets genomförande

Vägledningsmaterialet Hälsingegårdsföretagaren  
Projektets kunder  
Företagaranalyser – rådgivning  
Möten och seminarier  
Aktiviteter för attityder  
Samverkan med kommunernas näringslivsorganisationer  
Föreningsutveckling  
Marknadsföring, intern och extern  
Projektorganisation

- 6 Ekonomi
- 7 Erfarenheter – vad har vi lärt?
- 8 Slutsatser och rekommendationer

Rådgivningskonceptet  
Hälsingegårdsbranschen – Destination Hälsingegårdar  
Föreningen Hälsingegårdar  
Framgångsfaktorer

- Bilagor:
- 1 Aktivitetslistan
  - 2a Innehållsförteckning vägledningsmaterialet Hälsingegårdsföretagaren
  - 2b Förord vägledningsmaterialet Hälsingegårdsföretagaren
  - 2c Inledning vägledningsmaterialet Hälsingegårdsföretagaren
  - 2d Arbetschema Hälsingegårdsföretagaren
  - 3 Innehåll Handledarpärm
  - 4 Karta över rådgivningskunder

# Titel och Årets Leader 2006

Projektnamn: Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig  
Diarienummer: L04-170  
Projektid: 2004-09-01 – 2007-08-31

Projektet utsågs till Årets Leader projekt 2006 den 12 juli 2007 med motiveringen:

”Genom att kombinera antikvarisk kompetens om Hälsingegårdar och affärskompetens inom turism och småföretagande har projektet lyckats skapa och tillämpa en modell för att med kulturminnet som bas utveckla affärsidéer och företagande, som ger ekonomiska möjligheter att bevara byggnadskulturen samtidigt som den ger en levande arbets- och boendemiljö för ägarna. Modellen visar hur kultur och affärsmässighet på ett positivt sätt går hand i hand och kan därför tillämpas inom många andra områden. I ett enda projekt har man lyckats sammanfatta huvudinriktningen i hela utvecklingsplanen för Leader+ Intryck Hälsingland.”

## 1. Sammanfattning

Projekt ”Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig” har pågått i 3 år (2004-2007) och haft två inriktningar, Företagsutveckling och Föreningsutveckling, båda med Hälsingegårdens kulturhistoriska värden som grund. Strategin inom projektet har varit att arbeta med Hälsingegårdsägare för gårdarnas bevarande och Hälsinglands tillväxt. Den lokala förankringen och delaktigheten har varit stor, inte minst tack vare föreningsarbetet. Vidare har arbetet med föreningsutveckling skapat förutsättningar för en framtida destination i Hälsingland som bygger på Hälsingegårdarna kulturarvsvärden (Destination Hälsingegårdar).

Inom den del som berör Företagsutveckling har projektet utarbetat en metod för affärsmässig utveckling i bebodda miljöer med stort kulturhistoriskt värde. Projektet har arbetat med att lyfta fram de människor som bebor gårdarna, och deras behov av att hitta nya inkomstkällor som finansierar bevarandet av kulturarvet. Det nyskapande med arbetssättet är att den rådgivning som erbjuds, vid gemensamma besök av en affärsrådgivare och en antikvarie samt vid nätverksträffar, lyfter fram *både* de antikvariska *och* de affärsmässiga aspekterna av utvecklingen på gårdarna. Därigenom undviker man att gårdsägarna får motstridiga råd av olika konsulter vid olika tillfällen. Detta förebygger att exempelvis en renovering för att tillgodose affärsintressets önskemål leder till att man spolierar det kulturhistoriska värde som den affärsmässiga verksamheten vilar på.

43 gårdar har varit kunder i projektet. Ett 30-tal gårdar har tagit fram affärsplaner för framtida utveckling och tillväxt, i många fall byggda på en kombination av flera affärsverksamheter såsom boende, visningar, konferenser, utbildningar, försäljning, jord- och skogsbruk och lokalproducerad mat. Antalet nya eller vidareutvecklade

affärsverksamheter beräknas till cirka 75 (uppnått projektmål). Genom projektet kommer det att skapas 10-15 arbetstillfällen i Hälsingland inom en 3-års period.

Projektets kundunderlag har varit de gårdar som Länsstyrelsen Gävleborg lyft fram i sina projekt om Hälsingegårdar, t.ex. har 1000 gårdar inventerats i landskapet. I projektet Rådgivning Hälsingegårdar har utgångspunkten varit att gårdarna är bebodda och i en utveckling där det krävs entreprenörskap och diversifiering för att överleva.

Vid en världsarvsförklaring kan efterfrågan på boende, visningar m m väntas öka kraftigt. Även om antalet nystartade företag i dagsläget är relativt begränsat, har projektet därför lagt en nödvändig grund för en framtida utveckling av hållbar kulturarvsturism i Hälsingland. Vidare har projektet lyft fram nätverksarbetet och vikten av att stärka Hälsinglands kulturella identitet för att dels attrahera besökare, dels öka invånarnas självkänsla.

Projektet har drivits av Länsmuseet Gävleborg, och på initiativ av och i nära samverkan med den ideella Föreningen Hälsingegårdar, som fyrdubblat sitt medlemstal under projektiden och nu har cirka 300 medlemmar, främst gårdar (projektmål: 500). Den ideella föreningen har uppnått en stabilare ekonomi och organisation (uppnått projektmål). Målgruppen för projektet har varit de Hälsingegårdsägare som vill utveckla affärsverksamhet med gårdens kulturvärde som grund, och projektet har lett fram till att en särskild ekonomisk förening, Hälsingegårdar Ekonomisk Förening, med främst gårdsägare som medlemmar, har utvecklats och där representanter från ett flertal organisationer ingår i styrelsen (uppnått projektmål).

Projekt Rådgivning Hälsingegårdar har slussat kunderna vidare till Hälsingegårdar Turism som har arbetat med nätverksbyggande och marknadsföring samt påbörjat arbetet med paketering. Verksamheten inom Hälsingegårdar Turism kommer att fortsätta sitt arbete i Hälsingegårdar Ekonomisk Förening. Hälsingegårdar Ekonomisk Förening har utvecklats för att stödja de nya hälsingegårdsföretagarna i fortsatt byggande av nätverk, marknadsföring, paketering samt varumärkesbyggande. Föreningen arbetar med alla affärsområden inom "hälsingegårdsbranschen".

Vägledningmaterialet som utvecklats inom projektet kan med mindre anpassningar användas för alla typer av affärsutveckling i miljöer där kulturhistoriskt bevarandevärde ställs mot ekonomiska realiteter, varför projektets resultat är direkt överförbart till andra områden.

Projektet har även arbetat med att påverka attityder för att kunna ta betalt för kultur.

Initiativtagare och motor i förstudien till detta projekt och i projektet har varit Birgitta Esbjörnsson i nära samverkan med Britta Blank och Anna Lindgren.

Ledorden i projektet har varit Delaktighet – Samarbete – Arbetsglädje.

## 2. Bakgrund

Tankar och idéer till detta projekt startade under 2003. Den 4 september 2003 beslöt dåvarande styrelsen för Hälsingegårdsägarnas Intresseförening att bilda en utvecklingsgrupp bestående av Birgitta Esbjörnsson, Britta Blank och Björn Johansson som bl a fick till uppdrag att göra en förstudie ang "antikvarisk/affärsmässig rådgivning för Hälsingegårdsägare med företagsidéer i sin linda" i samarbete med Läns museet Gävleborg, Lars Sjösvärd och Elsa Röing. Lst. Dnr 602-15883-03. Förstudien resulterade i en projektbeskrivning och en projektansökan till Intryck Hälsingland för ett 3-årigt projekt med start den 1 september 2004.

Arbetet med projektet bygger på Cecilia Olssons utredning "Projekt Hälsingegårdar, insatser och resultat 1997-2003 – tankar om framtiden" (Länsstyrelsens Rapport 3003:7). Vidare skedde arbetet med förstudien till detta projekt i nära samverkan med projektledaren för projekt Hälsingegårdar, Ingalill Tengvall.

Projekt Hälsingegårdar, som pågått sedan 1997 avslutades 2003 och ersattes av det nya projektet "Kulturarv Hälsingegårdar – världsarv/samordning" som kom att pågå till och med 2006. Enligt den gemensamma avsiktsförklaringen i det nya projektet Kulturarv Hälsingegårdar skulle Hälsingegårdsägarnas intresseförening arbeta med en mer självständig roll. Föreningen skulle arbeta med att ta tillvara gårdsägarnas intressen och skapa samverkan, bidra till kompetensutveckling och tillhandahålla rådgivning till gårdsägare med företagsidéer i sin linda. Läns museet Gävleborgs uppdrag enligt Kulturarv Hälsingegårdars avsiktsförklaring var att vara gårdsrådgivare, ge antikvarisk rådgivning och svara för kontaktverksamhet med gårdsägarna samt arbeta med kulturhistorisk inventering och registrering.

### 3. Syfte och mål

#### Projektets vision

Projektets vision är att tillväxt är skapad så att det är attraktivt för kommande generationer att bo och leva i Hälsingland. Vidare att insikten finns hos alla om att kulturarvet är betydelsefullt för landskapets tillväxt.

#### Syfte

Att genom "Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig":

- Öka kunskapen hos Hälsingegårdsägare och andra om kulturarvets betydelse för ekonomisk tillväxt i Hälsingland.
- Stärka självkänslan hos Hälsingegårdsägare så att de själva tar tillvara sina affärsmöjligheter och inte blir utnyttjade av andra kommersiella intressen.
- Medvetandegöra Hälsingegårdsägarna om att det välbevarade och varsamt hanterade kulturarvet är en ekonomisk resurs för skapande av en mångfald exklusiva produkter. Vidare medvetandegöra att kostsamma ingrepp kan sänka värdet på både den egna fastigheten och kulturlandskapet och dess attraktionskraft.
- Medverka till att utveckla produkter och skapa affärsverksamheter utifrån de kulturhistoriska värdena på gårdarna.
- Skapa tillväxt genom samverkan mellan Hälsingegårdsägarna och andra som vill bevara kulturarvsvärdena i Hälsingland. (Utveckla intresseföreningen och skapa en bred bas).
- Skapa tillväxt genom samverkan mellan Hälsingegårdarna och andra företag/aktörer i Hälsingland som har kulturarvet som bas och som kan använda samma varumärke.

#### Mål 2007-08-31

Det finns 75 nya och vidareutvecklade affärsverksamheter på Hälsingegårdarna samt ett specialanpassat väglednings- och handledningsmaterial för antikvarisk och affärsmässig rådgivning.

Det finns en "självständig förening" som tillvaratar Hälsingegårdsägarnas intressen och Hälsingegårdarnas kulturarv och som har 500 medlemmar samt en ekonomisk organisation, i samverkan med andra företag som kan använda logotypen, som marknadsför och säljer Hälsingeprodukter med kulturarvet som bas.

## 4. Måluppfyllelse

43 gårdar har genomgått rådgivningen under projektperioden. Minst 75 verksamheter är på gång, nya och vidareutvecklade med start inom en 3-årsperiod och som kommer att generera minst ett 10-tal arbetstillfällen.

Det finns ett specialanpassat vägledningsmaterial som använts i rådgivningen.

Det finns en självständig förening som tillvaratar Hälsingegårdsägarnas intressen och Hälsingegårdarnas kulturarv och som har idag ca 300 gårdar m fl som medlemmar, Föreningen Hälsingegårdar. Vidare har en ekonomisk organisation utvecklats, Hälsingegårdar Ekonomisk Förening, som i samverkan med andra företag kan arbeta under gemensamt varumärke och som marknadsför och säljer Hälsingeprodukter med kulturarvet som bas.

### Uppnådda effekter

#### **Ökat insikten om:**

- att människan är viktigast och att Hälsingegården är en resurs
- att det är det ägaren och gårdens resurser som styr en affärsidé för en Hälsingegård medan det i övriga affärsvärlden skapas en affärsidé från en idé
- att Hälsingarna ser nyttan av att använda Hälsingegårdarna för marknadsföring och att Hälsingegårdarna skapar tillväxt som alla har nytta av
- att mer kunskap om Hälsingland behövs
- att hälsingarna tar tillvara sina egna möjligheter till affärer
- att samverkan mellan första generationens ägare (nyinköpt gård) och sextonde generationen ägare (ärvd gård) är viktig och att nyinflyttade till Hälsingland lotsas in i gemenskapen
- att Hälsingegårdarna är kittet i Hälsingland. En utveckling av hälsingegårdar behöver bygga på samarbete och nätverk. Hälsingegårdsägarna har mycket gemensamt oavsett vilken kommun gården ligger i. "Korsbefruktning" sker mellan deltagare från olika kommuner. Sprida Järvsöandan
- att "en gård är ingen gård". Insikten om att samarbete för affärsverksamheten på gårdarna är nödvändig eftersom det är så små företag på respektive gård
- att det är olika förutsättningar och inställning till företagande i de olika kommunerna i Hälsingland

#### **Ökat medvetenheten om:**

- att Hälsingegårdsprodukter/tjänster är "nischade" produkter som det går att ta bättre betalt för. Hälsingland kan motsvara besöksområden som Österlen och Toscana
- att det behövs ett gemensamt varumärke
- att gårdsberättelsen/Storytelling är viktigt och att ej förvanska historien
- att det inte finns avundsjuka mellan hälsingegårdsägare, varje gård är unik
- att man unnar varandra uppdrag. I likhet med det samarbete som sker mellan småföretagarna i norra Italien
- att arbeta med begreppet "Hälsingegårdsglasögon", dvs utgå från kulturhistoriska

värden

- att "se vad husen vill ha". Varsamhet, gör så lite som möjligt, anpassa till en verksamhet men behåll något helt orört. Använd kundperspektiv som synsätt. En felaktig renovering kan sänka värdet på fastigheten
- att det är en ny trend på gång "transformationssamhället" - lära ut något t ex byggnadsvårdsläger, laga mat, koka sylt, väva. Passar bra med dessa verksamheter på Hälsingegårdar
- att det är korta avstånd i Hälsingland. Det är det mer pedagogiskt att prata om tid istället för mil, t.ex 6 mil = 45 min, Hälsingland ligger 3 timmar från Mälardalen

### ***Attitydförändringar:***

- Varje gård är ett litet objekt i affärsvärlden – men nu ser man att gårdarna, besöksnäringen, hantverkare och övriga tillsammans har en stor affärsmässig potential
- Antikvarier har fått en ökad förståelse för att ta betalt för kultur och se det antikvariska ur kundperspektiv
- Gårdsägare och näringslivsutvecklare ser kulturarvet som en resurs
- Hälsingegårdsföretagarna tar bra betalt nu och har en nischad produkt
- "Järvsöandan" i Hälsingland på väg
- Begreppet kund infört på Läns museet
- Förståelse för sekretessbegrepp angående näringsverksamhet och nya affärsidéer
- Hälsingegårdsägare vill starta affärsverksamheter
- Hälsingegårdar är attraktiva för inflyttning till Hälsingland

## 5. Projektets genomförande

Nedan följer en översiktlig beskrivning och kommentarer till genomförda aktiviteter under projektperioden. Avsnittsindelningen följer aktivitetsbilagan, bilaga 1. Se bilagan för samtliga aktiviteter.

### ***Vägledningsmaterialet Hälsingegårdsföretagaren***

Vi har utvecklat ett vägledningsmaterial som är specialanpassat till Hälsingegårdsägare som har en Hälsingegård med kulturhistoriska värden. Det unika är att vi vävt samman den antikvariska delen och den affärsmässiga delen i samma plan. Se bilaga 2a-2d.

Arbetsättet är att den rådgivning som erbjuds via besök och nätverksträffar görs gemensamt av en affärsrådgivare och en antikvarie. Därigenom undviker man att gårdsägarna får motstridiga råd av olika rådgivare vid olika tillfällen.

Kapitel 2. Historien, 3. Nuläge - Person, 4. Nuläge - Hälsingegård samt 5. SWOT – analys behandlar nulägesanalysen. Nuläge – Hälsingegård görs tillsammans med antikvarien och mynnar ut i en Hälsingegårdsplan för gården.

Angående kapitlet Historien så är syftet att ta fram en historik som underlag för "Gårdsberättelsen" (Storytelling). Gårdsberättelsen kan användas vid marknadsföring av de olika verksamheterna på gården. Utifrån detta så har behovet uppkommit om att öka kunskapen om sin gård, Hälsingland samt arkivkunskap. Detta för att inte förvanska historien samt för att skydda alla de gamla dokument som finns på gårdarna.

Resterade del av rådgivning i vägledningsmaterialet sker via den affärsmässiga rådgivaren.

I vägledningsmaterialet ingår också framtagande av en kompetensplan.

Det har framarbetats ett handledarmaterial för den antikvariska rådgivningen som delats ut till de blivande företagarna. Se Bilaga 3.

Det framtagna konceptet med vägledningsmaterialet ägs av projektägare Länsmuseet Gävleborg.

### ***Projektets kunder***

Definition av Rådgivningskunder: "De Hälsingegårdsägare som äger en gård med bevarade kulturhistoriska värden och faller inom den definition som utarbetats i Projekt Hälsingegårdar". Det finns ca 1000 gårdar idag i databasen X-gårdar, som länsstyrelsen ansvarar för. Adresser till dessa finns hos Föreningen Hälsingegårdar.

Kunden är företagare eller blivande företagare och som har en välbevarad Hälsingegård och vill utveckla den eller förverkliga en vision.

Föreningens kunder: Föreningens kunder är Hälsingegårdsägare och andra intresserade som vill bevara Hälsinglands och Hälsingegårdarnas kulturarvsvärden.

Kunderna har kommit via Föreningen Hälsingegårdar, Länsmuseet Gävleborg, möten och seminarier samt via hälsingegårdsägare som redan deltagit i rådgivningen.

Rådgivningskunderna är av blandade åldrar men många är yngre och flera är nyinflyttade till Hälsingland. Könsfördelning är någorlunda jämn eftersom det oftast är båda från gården som deltagit i rådgivningen. Många av verksamheterna kommer dock att drivas av kvinnor. Den geografiska fördelningen bland gårdarna illustreras i Bilaga 4, rådgivningsgårdar 070606.

### ***Företagaranalyser – rådgivning***

43 "gårdar" har genomgått vår rådgivning under projektperioden. Minst 75 verksamheter på ca 30 Hälsingegårdar är på gång. Det är nya och vidareutvecklade verksamheter och som kommer att starta inom en 3-årsperiod. Arbetet med affärsutveckling är en process och det är viktigt att komma ihåg att det tar tid att starta nya verksamheter.

En färdig affärsplan är grunden till en lyckad affärsidé. Det är dock själva arbetet – processen med att ta fram affärsplanen som är det viktigaste så därför är upplägget att det är coaching/processmöten med inlagd "tänketid" emellan. Processen har tagit två till tre månader. Rådgivningen har omfattat ca 20 tim per gård. Rådgivningen har skett i processform, både individuellt och i grupp. När det gäller inredning mm så gäller det att ha stor fingertoppskänsla när man ger rådgivning i privata miljöer där tycke och smak kan vara olika. Mycket handlar det om att förmedla kunskap.

Det råder ingen konflikt mellan antikvarisk och affärsmässig rådgivning. Målet är detsamma och det är bevarandefrågor. Synsättet är dock olika. Antikvarien vill bevara för eftervärlden medan affärsrådgivaren ser bevarande utifrån kundperspektiv, dvs vad förväntar sig kunden när han/hon kommer till en Hälsingegård. Projektet har bidragit till ökad kunskap angående affärsseende hos gårdsägare och antikvarier.

Den första omgången rådgivning till hälsingegårdsägare prövades på gårdar med gårdsägare med uttalat intresse av affärsutveckling. Dels för att de ville komma igång med verksamhet och dels så att de skulle få kunskap om hur man gör affärsplaner för att kunna marknadsföra detta arbete i sin tur till andra gårdsägare. Vidare arbetade vi i början med produktutveckling av materialet.

Vi har haft fem nätverksträffar under projektperioden där den blivande företagaren fått berätta om sin egen verksamhet och affärsidé och där de övriga i gruppen fungerat som

bollplank. Vidare har gårdsägarna lärt känna varandra så att de kan hänvisa till varandra.

Exempel på produkter/tjänster med Hälsingegården som grund som kommit fram i rådgivningen: Visningsverksamhet, Bo på Hälsingegård, Festlokal, Mat/Café, Bröllop, Tillverkning och försäljning av lokalproducerad mat och övriga produkter där gården bl a kan användas i marknadsföring med en försäljnings/visningslokal, Konferenslokal, Kursverksamhet och utbildningar inom ett flertal områden där kompetens bygger på ägaren och att gårdens lokaler används, Bo på Fäbod, Guidning, Tillverkning och försäljning av hantverk, Försäljning av produkter, Gårdsbutik, Bakning, Byggnadsvård, Jord- och skogsbruk, Hästverksamhet samt Konsultverksamhet inom olika områden.

De antikvariska värdena på gården marknadsförs på en gemensam hemsida ([www.halsingegardar.se](http://www.halsingegardar.se)). Från den gemensamma hemsidan finns länkar till de egna hemsidorna där övriga tjänster/produkter finns. Det är ett mervärde för affärsverksamheten att kunna marknadsföra den utifrån gårdens kulturhistoriska värden.

Hälsingegårdsägarna är nöjda med rådgivningen och har uppskattat att rådgivarna haft god kännedom av hur det är att vara hälsingegårdsägare. Hälsingegårdsägarna har kommit igång med sin "dröm" om affärsverksamhet och fått kunskap om gårdens kulturhistoriska värden och gårdens och Hälsinglands historia. Detta kommer också alla tillgodo eftersom gårdarna underhålls och bevaras för kommande generationer.

### ***Möten och seminarier***

Ett 20-tal seminarier och möten har hållits under projektperioden. Syftet har varit att öka kunskapen om kulturarvet och landskapet, ge arkivkunskap, arbeta med attityder, väcka affärsidéer, visa exempel på affärsverksamheter, öka självkänslan samt bredda basen i föreningen. Därtill kommer fyra Världsarvsmöten som skett i samverkan med Kulturarv Hälsingegårdar. Se Bilaga 1, kap. 6.4.

Projektet har utvecklat en struktur och metod för möten och seminarier. Projektet har kunnat svara upp mot en efterfrågan och ett behov av denna typer av möten och seminarier.

### ***Aktiviteter för attityder***

Frågan om attityder har tagits upp i alla sammanhang, vid rådgivning, möten, seminarierna, nätverksträffar mm. Se kap. 4.

Som exempel på att ta bättre betalt så har affärsområdet Bo på Hälsingegård fördubblat sina priser till sommarsäsongen 2007 och fått fler kunder och mer "rätt" kundgrupp.

## ***Samverkan med kommunernas näringslivsorganisationer***

Projektet har presenterat rådgivningskonceptet för näringslivscheferna i Hälsingland. Var och en har fått ett exemplar av vägledningsmaterialet. Intresse finns hos näringslivsbolagen för samverkan.

För läns museets del har det inneburit en bra möjlighet att presentera kulturmiljövårdens intressen till näringslivsorganisationerna.

## ***Föreningsutveckling***

Hälsingegårdsägarnas Intresseförening startade 1998 som en part till det nystartade Projekt Hälsingegårdar. Från början drevs ett aktivt arbete med att värva medlemmar och arbeta med olika aktiviteter. Föreningen finansierades via Projekt Hälsingegårdar. Vid detta projekts start var det 76 medlemmar i föreningen.

Föreningen har bytt namn till Föreningen Hälsingegårdar och har idag ca 300 gårdar m fl som medlemmar. Antalet personer som är medlemmar är fler eftersom man oftast är två som är aktiva från gården. Medlemskapet är öppet för alla som är intresserad av att bevara Hälsinglands kulturarv. Flera av medlemmarna finns utanför Hälsingland och är goda marknadsförare av Hälsingland, dess kultur och affärsverksamheter.

Föreningen Hälsingegårdars främsta arbetsuppgift i detta projekt har varit att arbeta med nätverksbyggande och erfarenhetsutbyte. Vidare har föreningen fungerat som rekryteringsbas för rådgivningen. Redskap som utvecklats för detta arbete har varit medlemsbrev, hemsida, [www.halsingegardar.org](http://www.halsingegardar.org), startpaket, möten och seminarier.

Kunder har uttryckt att, det till och börja med, är lättare att ta in information och erfarenhet från föreningen än från myndigheter.

Den ideella föreningen Hälsingegårdar har även arbetat i projektet med sin framtida ekonomi, verksamhetsplan, antagit nya stadgar, sett över medlemsbegreppet samt arbetat med Världsarvsfrågan och Kvalitetsfrågor.

Under projektets två första år lades mycket resurser på att organisera och positionera föreningen. Föreningen har ambitionen att vara en självklar och naturlig part i Hälsingegårdsarbetet. Studiebesök har gjorts till Bråbygdens Intresseförening i Småland som fungerar som den naturliga länken mellan myndigheter, institutioner och bygden.

Idag arbetar föreningen med egen verksamhetsplan. Citat ur verksamhetsplanen: "En förening som tar tillvara Hälsingegårdsägarnas intressen både när det gäller de som vill utveckla sina Hälsingegårdar med näringsverksamhet i den ekonomiska föreningen och de som endast vill bevara sin gård så att landskapet behåller sitt attraktionsvärde." Föreningen har en självständig styrelse och arbetet sker efter Projekt Rådgivnings avslut på ideell basis.

Inom Projekt Rådgivning visade det sig snart efter att verksamheten startat ett akut behov av att slussa kunder med verksamhet vidare till ett samarbete för marknadsföring, försäljning och kvalitetsarbete. Projekt Rådgivning var därför med och arbetade för att ett sådant projekt skulle komma till stånd, Hälsingegårdar Turism. Projekt Rådgivning och dess kunder har varit mycket nöjda med affärskompetensen inom styrgruppen och med projektledningen i projektet Hälsingegårdar Turism.

Projekt Hälsingegårdar Turism kommer att fortsätta sitt arbete i den ombildade föreningen Hälsingegårdar Ekonomisk Förening. I styrelsen ingår Hälsingegårdsföretagare och representanter som arbetar med företagande på Hälsingegårdar. Föreningen Hälsingegårdar, Hembygdsförbundet, LRF och Hälsingland Turism är representerade.

Hälsingegårdar Ekonomisk Förening har uttalat en vilja att vara en sammanhållande faktor för företagare som erbjuder produkter och tjänster med Hälsingegårdens kulturarv som grund. Det gäller alla produkter och inte bara besöksnäringen. Föreningen ser behovet av arbeta med varumärkesbyggande och kvalitetsfrågor och vill arbeta för ett bra samarbete mellan Hälsingegårdsföretagarna och övriga aktörer samt utveckla nätverket "Hälsingegårdsbranschen" och "Destination Hälsingegårdar".

Föreningen har vidare medverkat aktivt i bildandet av Hälsingland Turism ekonomisk förening.

### ***Marknadsföring, intern och extern***

Det är främst relationsmarknadsföring som använts för att marknadsföra rådgivningskonceptet och föreningarna.

Eftersom det finns en stor ovana med att arbeta via process och att arbeta med affärsplaner och det är ett nytt koncept som marknadsförts så har vår strategi varit att arbeta mycket med intern marknadsföring. Vi har berättat om konceptet i alla sammanhang där vi deltagit.

Den externa marknadsföringen har främst varit artiklar i tidningar, medverkan i radio, TV och mässor. Vidare har vi tagit fram informationsmaterial såsom informationsblad, hemsidor etc.

Marknadsföring har också skett via seminarier, möten, medlemsbrev samt Kulturarv Hälsingegårdars nyhetsbrev.

Projektet har tagit fram ett Startpaket som finns hos föreningen och Läns museet och lämnas ut när någon vill veta mer. Startpaketet är en folder som innehåller välkomstbrev, föreningsbroschyr och aktuella medlemsbrev, informationsblad rådgivning och broschyr Rådgivning Hälsingegårdar, Hälsingegårdsdefinition, historien om

Hälsingegårdarna och människorna, turistbroschyr Hälsingegårdar samt Länsmuseets information. Erbjudande har gått ut till Länsstyrelsen och kommuner att ha med information i startpaketet. Startpaketet har varit uppskattade och fyllt en viktig funktion i projektet.

### **Projektorganisation**

Till projektet har kopplats en styrgupp vars främsta arbetsuppgift har varit att följa upp de mål och aktiviteter som angetts i projektplanen och i ansökan till Intryck Hälsingland samt ge feedback och stöd till projektmedarbetarna. Styrgruppens arbetsuppgift har också varit att skapa delaktighet och samsyn mellan aktörerna som arbetat i de olika projekten runt Hälsingegårdarna. Styrgruppen har haft ca fyra styrgruppsmöten per år. Platsen för mötena har cirkulerat mellan styrgruppen/projektmedarbetarnas arbetsplatser/företag. Mötesanteckningarna har delgivits fler än styrgruppen för att öka delaktigheten och öka kunskapen om projektet. Tjänstgörande företagare har arvoderats.

Styrgruppen har bestått av följande personer:

Anna Lindgren, Länsmuseet Gävleborg, ordförande tom juli 2006

Lars Sjösvärd, Länsmuseet Gävleborg, ordförande fr o m augusti 2006

Eva Bovin, Föreningen Hälsingegårdar, 2004 – 2007

Nina Östman, Föreningen Hälsingegårdar tom 2006-02-22

Gun-Marie Swessar, Föreningen Hälsingegårdar, ersättare tom 2005 ord. fr o m 2006

Åsemi Byström, Föreningen Hälsingegårdar, ersättare 2004-2007

Jakob Silén, Föreningen Hälsingegårdar, ersättare fr o m 2006

Håkan Sundelin, Länsstyrelsen Gävleborg 2004-2007

Ingall Tengvall, Kulturarv Hälsingegårdar, Länsstyrelsen Gävleborg, adjungerad t o m 2005-04-07

Lena Landström, Kulturarv Hälsingegårdar, Länsstyrelsen Gävleborg, adjungerad fr o m 2006

Projektmedarbetare och tillika projektgrupp har varit:

Birgitta Esbjörnsson, projektledare/affärsmässig rådgivare, 2004-09-01–2007-08-31.

Britta Blank, bitr. projektledare och föreningsutvecklare, 2004-12-01 – 2007-08-31

Helena Olovsson Haglund, antikvarisk rådgivare, 2004-12-01 – 2006-05-10

Ulrika Olsson, antikvarisk rådgivare, 2006-05-10 – 2007-08-31

Övriga medarbetare:

Föreningen Hälsingegårdar: Eva Bovin. Länsmuseet Gävleborg: Gudrun Niklasson, Brita Andersson, Martin Åhrén, Elsa Röing, Daniel Olsson, Mikael Dunker, Karin Haglund, Anna Forsberg samt Inger Eriksson. Länsstyrelsen Gävleborg: Hans-Erik Hansson och Erik Nordin.

Projektmedarbetarna har varit placerade på Läns museet, Förvaltningshuset i Ljusdal, Kilsgården samt Blanks i Kalvhaga.

För 1,5 årsanställda är kostnaden ersatt via projektet. Resterade tid som nedlagts är Läns museets egen insats i projektet och deltagarnas egen tid.

## 6. Ekonomi

Projektets kostnader har uppgått till 2 632 100 kr. Lönekostnaden har uppgått till 1 968 256 kr vilket motsvarar 1,5 årsanställda under 3-årsperioden.

Direkt finansiering har skett via Intryck Hälsingland och Länsstyrelsen. Länsmuseet Gävleborg har en egen insats om 726 634 kr. Vidare har företagarna och övriga deltagare en egen insats som egen tid om ca 1,1 milj. kr.

## 7. Erfarenheter – vad har vi lärt?

- Processen och förändringsarbete måste få ta tid. Det tar tid att ändra strukturer.
- Vikten av att kommunikation och information fungerar.
- Ökad förståelse varför intressenterna har olika förväntningar.
- Vikten av att alla lär sig förstå olika språkbruk, t.ex. kultur- och affärsspråk.
- Vikten av att det finns en bred samordningsfunktion.
- Vikten av att förstå skillnader mellan privat ägande och allmännyttan.
- Vikten av att respektera att Hälsingegårdsägaren äger den fysiska resursen. Vikten av att Hälsingegårdsägaren inser allmänintresset.
- Vikten av att det blir ett bra möte mellan första generationens ägare (nyinköpt gård) och sextonde generationen (ägare till ärvd gård).
- Vikten av ett "underifrånperspektiv". Antikvarier har insett vikten av behovsanalys och utvecklat förmågan till dialog och förmedling av kunskap.
- Det går att ta bra betalt för kultur bara det kommuniceras på "rätt sätt".
- Entreprenörer som arbetar med snabba ryck krockar med myndigheter och institutioner.
- Det behövs kvalificerade affärsmässiga coacher och antikvarier för rådgivning som har god kännedom om hur det är att äga/förvalta en kulturhistorisk värdefull miljö.
- Sammansättningen av styrgrupp är viktig. I detta projekt har det varit mycket betydelsefullt att ha med representanter från Länsstyrelsen och hälsingegårdsföretagare.
- Vikten av att inte förvanska historien och få kunskap om att hantera arkiv.
- Utbildningar behövs för att svara upp mot det identifierade kompetensbehovet.
- Behov av kunskap om gårdens, byns och Hälsinglands kulturhistoria.

## 8. Slutsatser och rekommendationer

### ***Rådgivningskonceptet***

*De kulturhistoriska värdena* är grunden för affärsutveckling på hälsingegårdar. Med affärsverksamheter på gårdarna finns förutsättningar för att bevara kulturarvet och skapa tillväxt i Hälsingland.

De *antikvariska slutsatserna* är att projektet bidragit till mer välbevarade gårdar, ökad medvetenhet hos gårdsägare om kulturhistoriska värden, ökat intresse för historia och en vilja att kunna sätta gårdarna i ett historiskt sammanhang.

Den framtagna arbetsmetoden i detta projekt är ett koncept som kombinerar *affärsmässig och antikvarisk rådgivning*. Gårdsutveckling förutsätter att en antikvarie och affärsutvecklare arbetar tillsammans med hälsingegårdsägaren.

*Vägledningmaterialet* som utvecklats kan med mindre anpassningar användas för alla typer av affärsutveckling i miljöer där kulturhistoriskt bevarandevärde ställs mot ekonomiska realiteter, varför projektets resultat är direkt överförbart till andra områden, även internationellt.

Följande kriterier vill Projekt Rådgivning Hälsingegårdar lyfta fram för deltagande i *affärsnätverket Hälsingegårdsföretagarna* (numera Hälsingegårdar ekonomisk förening):

1. "Hälsingegårdsglasögon", dvs utgå från kulturhistoriska värden.
2. Gårdsberättelsen -Storytelling
3. Affärsidé
4. Entreprenörskap
5. Affärsplan – genomgången pärm eller separat dokument

Rådgivning Hälsingegårdar har hänvisat de nya Hälsingegårdsföretagarna till Länsstyrelsen för logotypen "huset" samt till Föreningen Hälsingegårdar och Hälsingegårdar Turism för deltagande i gemensamma nätverk. Det är de kulturhistoriska värdena som har styrt vår rekommendation till Länsstyrelsen för att kunna skriva avtal och använda Länsstyrelsens logotyp huset.

Det finns en *stor efterfrågan på att utveckla affärsmöjligheter* på sin hälsingegård. Därför behövs en fortsättning på konceptet antikvarisk/affärsmässig rådgivning. Arbetet med hälsingegårdarna och hälsingegårdsföretagarna får inte tappa fart. Marknaden är stor med 1000 kulturhistoriskt värdefulla hälsingegårdar och redan nu finns en stor efterfrågan (och en kundlista) på rådgivning. För att verksamheten ska fungera och utvecklas behöver de redan nu befintliga nätverken hållas ihop. Gårdsägare får genom rådgivningen möjlighet att stå på egna ben med en ekonomi som inte är bidragsberoende.

Det finns behov av fler *affärsmässiga rådgivare*. Genom certifiering kan det framtagna konceptet med kombinerad affärsmässig och antikvarisk rådgivning läras ut till flera. Projektets kunder har varit nöjda med rådgivningen och uppskattat att rådgivarna haft god kännedom av hur det är att vara hälsingegårdsägare. Det krävs av rådgivarna att ha stor fingertoppskänsla när man ger rådgivning i privata miljöer där tycke och smak kan vara olika.

I samband med antikvarisk och affärsmässig rådgivning framkommer behov om utbildning bland Hälsingegårdsägarna. Hälsingegårdsföretagaren gör en kompetensplan i samband med rådgivningen. Det behöver finnas *ett utbud av utbildning* för hälsingegårdsföretagare.

### ***Hälsingegårdsbranschen - Destination Hälsingegårdar***

*Nätverksbyggande* behöver fortsätta. Inom Projekt Rådgivning har nätverksbyggande startat i rådgivningsgrupperna med ca fem företag per gång. Dessa mininätverk måste byggas ihop med det befintliga nätverket för att de skall lära känna varandra och varandras verksamheter för att kunna hänvisa till varandra och kunna skapa gemensamma paketslösningar. Under projektperiodens andra hälft tillkom Projekt Hälsingegårdar Turism som ett direkt behov av den turistiska utvecklingen. Hälsingegårdsföretagarna behöver dessutom nätverk samt stöd för att utveckla produkter och marknadsföring. Hälsingegårdar Ekonomisk Förening har bildats för att axla den rollen.

Eftersom hälsingegårdsbranschen är i sin linda behövs fortsatt metodutveckling och utveckling av samverkan mellan rådgivningsverksamheten och försäljningsverksamheten. Det behövs fortsatt produktutveckling.

*Hälsingegårdsbranschen* är en ny bransch och innehåller både tjänster och produkter för besöksnäringen och andra verksamheter med Hälsingegården som grund. Sett ur marknadsföringssynpunkt är det nya produkter på nya marknader och det är denna nivå som är mest resurskrävande.

De flesta gårdarna är jordbruksfastigheter och en diversifiering behövs. Framtida arbete bör vara att *arbeta med paketering av produkter och tjänster*. Besökare vill ha upplevelse och kunskap. Många av de tjänster och produkter som erbjuds från hälsingegårdarna gäller andra branscher än besöksnäringen.

I det framtida arbetet bör man tänka "destination Hälsingegårdar" och normalt när man arbetar med destinationer så är det branschen själv som arbetar med detta. Projekt Rådgivning Hälsingegårdar har förarbetat detta genom att förstärka föreningarna.

Det är viktigt att det sker en "korsbefruktning" mellan blivande företagare i de olika kommunerna eftersom kommunerna i Hälsingland har olika strukturella och kulturella skillnader när det gäller entreprenörskap och småföretagande.

Att arbeta vidare med *varumärkesbyggande* är viktigt för hälsingegårdsföretagarna. Projekt Hälsingegårdar (1997-2003) har i samverkan med Hälsingegårdsföretagarna och Läns museet utarbetat kriterier för affärskonceptet Bo på Hälsingegård som vi följt i vår rådgivning. Det kommer att behövas *utarbetas kriterier* för de andra affärskoncepten för att försäljning skall kunna ske under samma varumärke. Det är företagen själva som bygger och vidmakthåller varumärket eftersom det är företagen som skall hänvisa till varandra och skapa lönsamhet i sina respektive företag och företagen i Hälsingegårdsbranschen är oftast små så gemensam marknadsföring är helt nödvändig.

Rådgivning Hälsingegårdar ser behovet av någon form av *kvalitetsråd* som arbetar med varumärkesbyggande för den affärsmässiga delen. Eftersom man säljer en produkt under samma varumärke så är kvalitén viktig. Rådgivningsdeltagarna är kvalitetsmedvetna efter avslutad rådgivning men kvalitét är "färskvara" och hälsingegårdsägarna är entreprenörer varför det är mycket viktigt att det skapas ett forum för kvalitetsfrågor.

### ***Föreningen Hälsingegårdar***

Det föreligger behov av fortsatt nätverksbyggande och mötesplatser för erfarenhetsutbyte hos alla som vill värna, bevara och utveckla hälsingegårdar. Inom projektet har tyngdpunkten på den rollen legat hos Föreningen Hälsingegårdar.

Föreningen har också fått ett flertal medlemmar utanför Hälsingland som kan marknadsföra Hälsingland och Hälsingegårdsföretagen.

Medlemsbrev, startpaket, hemsida, möten och seminarier har varit goda sätt för kommunikation. De välbesökta arrangemangen och tillströmningen av nya medlemmar visar tydligt på behovet av mötesplatser.

Kunder har uttryckt att, det till och börja med, är lättare att ta in information och erfarenhet från föreningen än från myndigheter. Föreningen kan därför fungera som en dörröppnare i mötet mellan institutioner, myndigheter och gårdsägare.

Föreningen har ambitionen att vara en självklar och naturlig part i Hälsingegårdsarbetet. Studiebesök har gjorts till Bråbygdens Intresseförening i Småland (numera ekonomisk förening) som fungerar som den naturliga länken mellan myndigheter, institutioner och bygden.

Föreningen Hälsingegårdar fungerar som rekryteringsbas både till Rådgivningsverksamheten, såväl antikvarisk som affärsmässig och till Hälsingegårdar ekonomisk förening. Även Läns museet fungerar som en rekryteringsbas, inte minst tillsammans med Föreningen Hälsingegårdar. Rekryteringsbasarbetet är fortsatt en viktig förutsättning för framgångsrik utveckling av Hälsingegårdarna.

I det framtida arbetet med hälsingegårdar behövs det *en gemensam vision och målbild* med alla aktörer även om intressena kan skilja åt.

### ***Framgångsfaktorer***

- Att en affärsmässig utvecklare och antikvarie arbetat tillsammans så att utveckling av verksamheter utgår från de kulturhistoriska värdena.
- Det goda samarbete med Länsmuseet som institution och den ideella kraften som representeras av Föreningen Hälsingegårdar. Lokal delaktighet och förankring.
- Kraften från Hälsingarna - Hälsingegårdsägarna – Hälsingegårdsföretagarna som arbetar i Föreningen Hälsingegårdar och Hälsingegårdar Ekonomisk förening i samverkan med det allmänna.
- Startpaket har delats ut.
- Rådgivarna har god kännedom om och känsla av hur det är att vara Hälsingegårdsägare vilket underlättat för kommunikationen.
- Respekterat identitet och integritet – ägarna har resurserna och egen kunskap, rådgivarna kompetensen.
- Rätt kompetens i styrgruppen.

## Rådgivning Hälsingegårdar – Antikvarisk/Affärsmässig

Utförda aktiviteter 2004-09-01 – 2007-08-31 (denna aktivitetslista följer aktivitetslistan i ansökan till Intryck Hälsingland för år 3).

### 6.1 Utveckla ett specialanpassat vägledningsmaterial/analysmaterial som innehåller både antikvarisk och affärsmässig analys för Hälsingegårdsägare som har en Hälsingegård med dokumenterat kulturarv. Vidare skall vi framarbete ett handledarmaterial.

#### 2004/2005

Utveckling av den affärsmässiga delen: Birgitta Esbjörnsson i samverkan med Birgitta Keller. Utveckling av den antikvariska delen: Helena Haglund i samverkan med antikvarisk referensgrupp. (Anna Lindgren, Daniel Olsson, Ulrika Olsson/Elsa Röing från Läns museet, Hans-Erik Hansson och Erik Nordin från Länsstyrelsen) samt Mimmi Göllas från MiGo Byggnadsvård. Publisher använts. Namn: Hälsingegårdsplan – antikvarisk rådgivning.

Mikael Dunker, Läns museet, har framarbetat profil och logotyp.

#### 2005/2006

Vägledningsmaterialet fastställs av styrgruppen. Namn: Hälsingegårdsföretagaren. Hälsingegårdsplan ingår. Utveckling av Hälsingegårdsplanen, Ulrika Olsson och Martin Åhren, Läns museet. Faktablad angående att ordna och vårda arkiv. Anna Forsberg, Läns museet.

#### 2006/2007

Handledarmaterial: Individuellt referensmaterial till kund i separat mapp. Handledar- och referensmaterial som används vid rådgivning finns samlat på Läns museet. Karin Haglund, Läns museet, har utvecklat ett referensmaterial för antikvarisk inredning av kulturhistoriska miljöer. Inredningstextil.

### 6.2 Identifiera projektets kunder i samverkan med Kulturarv Hälsingegårdar

#### 2004/2005

Definierat Rådgivningskunder: De Hälsingegårdsägare som äger en gård med bevarade kulturhistoriska värden och som faller inom den definition som utarbetats i projekt Hälsingegårdar. Projektet har kompletterat databasen X-gårdar (som innehåller ca 1000 inventerade hälsingegårdar) i samverkan med Kulturarv Hälsingegårdar. Projektets kundregister och kundämnesregister ligger på Läns museets server. Ej offentlig handling. Definierat Föreningens kunder: Föreningens kunder är Hälsingegårdsägare och andra intresserade som vill bevara Hälsingland och Hälsingegårdarnas kulturarvsvärden.

#### 2006/2007

Arne Stenberg, Ovanåkers kommun, har visat på möjligheterna att ta fram adressuppgifter till samtliga inventerade gårdar via fastighetsregistret. Britta i samverkan med resp. kommun har tagit fram namn och adresser till de inventerade gårdarna. Ca 1000 adresser.

### 6.3 Antikvarisk och affärsmässig rådgivning i grupp och individuellt för att arbeta fram antikvariska åtgärdsprogram, affärsidéer, affärsplaner, kompetensplaner och samverkansformer.

43 gårdar har genomgått vår rådgivning under projektperioden. Minst 75 verksamheter på gång (nya och vidareutvecklade med start inom en 3-årsperiod som kommer att generera minst ett 10-tal arbetstillfällen).

10 gårdar med enbart antikvarisk rådgivning ingår. 5 nätverksträffar för kunderna i projektet har genomförts. Ett 20-tal kunder har fått möjlighet att teckna avtal med Länsstyrelsen för att få hälsingegårdars logotyp "huset".

## 6.4 Ett 20-tal möten under projektperioden

Syftet med mötena och seminarierna är att öka kunskapen om kulturarvet, landskapet, ge arkivkunskap, väcka affärsidéer, visa exempel, öka självkänslan, attitydförändring samt bredda basen i föreningen och öka antalet medlemmar. Samordning av möten har skett med Kulturarv Hälsingegårdar.

Projektet har utvecklat en struktur och metod för möten och seminarier.

### 2004/2005

2005-03-03: Medlemsmöte

### 2005/2006

2005-11-17: Seminarium med Antikrundans Jörgen Martinsson på Järvsöbaden. Tema: Är Hälsingeallmogens gårdar och möbler värda att bevara? Birgitta, Britta, Eva och Elsa  
2006-03-01: Seminarium Trasmattor i Hälsingegårdar på Ljusdalsbygdens museum. Helena o Birgitta  
2006-03-21: Bymöte i Rengsjö, Hembygdsbyn, Birgitta, Britta och Eva  
2006-03-26: Årsmöte Föreningen Hälsingegårdar. Norrviksta, Forsa  
2006-04-05: Seminarium. Tapeter i Hälsingegårdar. Ystegårn i Hillsta. Helena, Britta o Eva  
2006-04-20: Bymöte i Forsa. Eva  
2006-04-24: Bymöte Jättendals hembygdsgård. Eva o Britta  
2006-04-26: Träff för öppna gårdar. Orbaden. Eva o Britta  
2006-05-04: Möte i Alfta. Medverkan av Arne Stenberg. Gun-Marie, Birgitta, Britta och Eva

Föreningen och projektet har medverkat vid Kulturarv Hälsingegårdars Världsarvsmöten. Eva o Helena ansvariga

2006-03-02: Ljusdalsbygdens museum. Helena  
2006-03-07: Hembygdsgården, Åkern, Jättendal. Helena o Eva  
2006-03-19: Hälsinglands museum. Britta o Eva  
2006-03-29: Kvarnen Söderhamn.

### 2006/2007

2006-10-12: Seminarium med Göran Gudmundsson. Järvsöbaden. Britta, Ulrika, Eva  
2006-10-18: Generationsskifte i samverkan med LRF Konsult. Bollnäs. Britta, Nina  
2007-01-17: Vårda och ordna Ditt gårdsarkiv. Söderhamn. Anna Forsberg. Ulrika, Britta. Inställt pga för få deltagare  
2007-02-13: Allmogekonst i Hälsingegård. Hälsinglands museum. Britta, Eva

Seminarie serie med Göran Gudmundsson angående byggnadsvård:

2007-01-30: Alfta, Gun-Marie o Ulrika  
2007-02-06: Jättendal, Eva o Britta  
2007-02-20: Järvsöbaden, Britta o Birgitta  
2007-03-06: Hudiksvall, Britta och Eva  
2007-04-17: Renshammar, Bollnäs, Birgitta o Britta

2007-06-26: Trädgård på Hälsingegård. Ann Nilsen, Läns museet, Britta

## 6.5 Arbeta med egna och omgivningens attityder. Bl a att kunna ta betalt för kultur

Frågan har tagits upp i alla sammanhang. Vid rådgivning, vid seminarierna, mm.

## 6.6 Skapa samverkan mellan Hälsingegårdsföretagare och kommunernas Näringslivsorganisationer m fl.

2005-12-02: Birgitta presenterade projektet för Närljus i Ljusdal.  
2006-03-29: Birgitta och Helena presenterade projektet för Näringslivscheferna i Hälsingland. Vägledningsmatr. Hälsingegårdsföretagaren delades ut till respektive chef.  
2006-10-12. Gått igenom vägledningsmaterial med Lars Jansson, Länsstyrelsen.  
2007-01-30: Möte hos Eva med Länsstyrelsen angående stödformer.

## **6.7 Stötta Föreningen Hälsingegårdars styrelse så att föreningen utvecklas. (Föreningsutveckling). Vidare att skapa en ekonomisk organisation med gemensam marknadsföring och varumärke**

Startläge för projektet: 76 medlemmar 2004-12-31. Antal medlemmar 2007-08-31: Ca 300.

### **2004/2005**

Frågor som har behövts besvaras ang den ideella föreningen: Hur lösa en framtida ekonomi? Vilken organisationsform? Ekonomiska föreningen? Namn på föreningen? Hemsida? Stadgar? Medlemsavgiften? Världsarvsfrågan? Kvalitetsfrågan?

Stadgeändring gjord med anledning av att det inte framgår av föreningens stadgar att föreningen verkar för att bevara kulturhistoriska värden. Nödvändigt krav enligt Länsstyrelsen för att få använda hälsingegårdars logotyp.

2005-02-18: Processdag. Processledare: Birgitta Keller

Diskussioner har startat i föreningen angående namnet Hälsingegårdsägarnas intresseförening.

Per Forsell har tagit kontakt med föreningen angående överlämnande av den ekonomiska föreningen.

Två medlemsutskick gjorda.

Rådgivning Hälsingegårdar har arbetat tillsammans med föreningen och företag för att skapa en försäljningsorganisation för kulturarvsprodukter som kan använda ett gemensamt varumärke.

2005-08-30: Hälsingland Turism bildades. Britta arbetat med att bygga upp Hälsingland Turism och att positionera Hälsingegårdarna bland de övriga turismföretagen i Hälsingland.

Föreningen beslutar om att stå bakom en förstudie för ett projekt för kulturarvsföretagare där Bo på Hälsingegård skulle kunna vara pilot (Andreas Hagman) förstudien beviljad 2 månaders arbete.

### **2005/2006**

Projektet arbetade för att det nya projektet skulle ha en styrgrupp med näringsidkare. Nytt projekt. Hälsingegårdar Turism med Ylva Olofsson som projektledare och en styrgrupp med företagare.

2005-09-16: Process för föreningens styrelse. Processledare Birgitta Keller.

2005-09-27: Birgitta E process med Eva angående föreningens Verksamhetsplan.

2005-11-22 : Föreningsmöte och extra årsmöte: Beslut: Namn: Föreningen Hälsingegårdar och Hälsingegårdarna ekonomisk sektion. Vidare beslutades att ta över Hälsingegårdarna ekonomisk förening där Hälsingegårdarna ekonomisk sektion så småningom bör landa via det nya projektet Hälsingegårdar Turism. Vidare beslutades om medlemskap i Hälsingland Turism och Verksamhetsplanen för Föreningen Hälsingegårdar 2005/2006 fastställdes.

2006-02-28: 160 medlemsbrev utskickade. 2006-04-19: Medlemsbrev 2006-06: Medlemsbrev utskickat.

### **2006/2007**

2006-09-14 – 15: Studiebesök till Bråbygdens intresseförening. Britta o Eva. [www.brabygden.se](http://www.brabygden.se) Det framkom att: eldsjälarna är viktiga och att föreningen fungerar som en länk mellan myndigheter, Inst. och bygden.

Utskick av Medlemsbrev: 2006: september, november, december. 2007: februari, april, maj

Medlemsbrev har ibland gått ut till ett 20-tal övriga intressenter.

Värvarbrev till startpaketet är klart.

2007-05-08. Årsstämma och nystart av den ekonomiska föreningen i samverkan med Hälsingegårdar Turism. Hälsingegårdar Ekonomisk Förening. Ordförande Mats Fack.

## **6.8 Intern och extern marknadsföring av projektet och föreningen**

Det är främst relationsmarknadsföring som använts för att marknadsföra rådgivningskonceptet och föreningen.

### **2004/2005**

Sept 2004: Presentation av projektet på Läns museet. Birgitta

2005-02-07: Informerat byggnadsantikvarier angående vägledningmaterialet och projektet på stormötet (Läns museet, Länsstyrelsen, Hälsinglands museum) Helena och Birgitta.

2005-02-28. Hälsinglands museum, Birgitta o Helena.

2005-03-10: Ljusdalsbygdens museum, Birgitta o Helena.  
2005-03-21: Anna informerat Läns museets styrelse.  
2005-03-07: Britta presenterat på stormöte ang Hälsingegårdsägaren – Vem är han/hon?  
2005-04-25: Uppföljning av projektet för Läns museets personal. Brigitta, Britta, Helena  
26-30 jan 2005: Antikmässan Älvsjö. Britta o Helena  
2005-03-01: Presskonferens ang projektet hos Hägers i Rengsjö. Anna, Birgitta, Helena, Britta, Inga-Lill, Lennart Persson  
2005-02-02: Helena och Birgitta medverkat i Radio Gävleborg genom Läns museets informationsserie och i Radio Gävleborgs nyheter.  
2005-05-21: Byggnadsvårdsmässa, Strömbacka. Helena och Birgitta. Birgitta föredrag angående Rådgivning Hälsingegårdar.  
2005-05-25: Birgitta o Ingalill presentation för Hälsingerådet.  
2005-06-20: Eva o Britta medverkat i Läns museets serie i Radio Gävleborg.  
2005-07-20: Byggnadsvårdsmässa på Långhans i Järvsö. Helena.  
Britta medverkat i tidningen Hälsingen.  
Startpaketet med folder klar. Innehåll: Brev i foldern som beskriver vad föreningen erbjuder.  
Informationsblad rådgivning, Broschyr – Rådgivning Hälsingegårdar, Definition på vad är en Hälsingegård i inventeringen. Historien om Hälsingegårdarna och människorna, Broschyr Hälsingegårdar, Broschyr Bo på Hälsingegård, Gamla medlemsutskick. Information om Läns museet. Erbjudande gick till Länsstyrelsen och kommuner att ha med information i startpaketet.

### 2005/2006

2005-09-06: Birgitta informerat om projektet för kommuncheferna i Hälsingland.  
2005-09-12: Britta m fl presenterat projektet för kommunchefen i Ljusdal.  
2005-10-26: Birgitta medverkat i TV programmet Reagera.  
2005-10-28: Birgitta varit på konsultmöte i Söderhamn.  
2005-11-12: Helena presenterat projektet i Ovanåker angående "Bo på Fäbod" arr. Mimmi Göllas.  
2005-11-21: Karin Häger visat Hälsingegårdarna i Norrala och Söderala för Helena o Birgitta.  
2005-12-19: Birgitta medverkat i ett möte angående lokal mat.  
Broschyr Rådgivning Hälsingegårdar klar.  
Broschyr Föreningen Hälsingegårdar klar.  
2006-01-25. Seminarium Byggnadsvård Norr. Helena.  
060216-060219: Antikmässan i Älvsjö, Helena och Britta.  
Presskonferens i Skåstra före mässan. Uppföljningspresskonferens tillsammans med Byggnadsvården.  
2006-03-17: Britta medverkat på Skåstra marknad, och marknadsfört föreningen.  
2006-04-03: Birgitta och Helena lägesrapport ang projektet för byggnadsantikvarierna på stormöte (Läns museet, Länsstyrelsen, Hälsinglands museum), Hälsinglands museum  
2006-04-04: Möte med Karin Häger och cirkeldeltagarna i studiecirkeln Lokal identitet.  
2006-04-05: Birgitta presenterade projektet för LRF:s förbundsstyrelse i Gävleborgs län.  
Hälsingegårdsföretagaren delades ut.  
2006-04-11: Anna informerat överantikvarien på RAÄ om projektet.  
2006-04-27: Från idé till succé. Inspirationsdag Intryck Hälsingland. Birgitta o Britta  
2006-05-20: Hälsingetinget i Norrbo. Birgitta o Britta  
Maj 2006: Projekt Rådgivning Hälsingegårdar presenteras på Läns museets hemsida och halsingegardar.se  
April-juni 2006: Elsa, Martin, Daniel, Ulrika från Läns museet och Anna-Karin från Hälsinglands museum har marknadsfört Rådgivning Hälsingegårdar i samband med steg 2 inventeringen. Ca 150 Hälsingegårdsägare får startpaketet och presumtiva rådgivningskunder får en inblick i vägledningmaterialet Hälsingegårdsföretagaren.  
2006-04-12: Projektgruppen gått igenom materialet med inventerarna  
2006-05-31: Anna informerat om projektet på Biosfärmöte i Alfta.  
2006-07-25: Anna har uppmärksammat Rådgivning Hälsingegårdar till en informationstidskrift på temat vardagslandskap.  
2006-07-12 – 23: Byggnadsvårdsmässa/utställning på Lång-Hans i Järvsö. Daniel.  
2006-08-09: Föredrag angående projektet för Isländska studenter via Intryck Hälsingland på Kils. Birgitta  
2006-08-18: Britta och Eva har presenterat projektet och föreningen för Forsa Folkhögskola inkl politiker.

### 2006/2007

2006-12-19: Byggnadsvårdstema på Stene Gård. Birgitta o Ulrika  
2007-05-09: Projektpresentation på Hälsingetinget på Järvzoo, Birgitta.

2007-05-24. Information om Rådgivning Hälsingegårdar på LRF-möte i Forsa. Birgitta Grafisk profil samt hemsidan är klar. Micke Dunker. [www.halsingegardar.org](http://www.halsingegardar.org) [www.halsingegardar.nu](http://www.halsingegardar.nu)  
Arbetet med hemsidan överförs till föreningen.  
Reviderad föreningsbroschyr är klar.  
2007-06-20: Välkommbrev är klart och utskickat till 900-1000 hälsingegårdsägare.  
2007-07-03: Tv4 Regionalt, Uppsala Birgitta och Jan Haglund, Intryck Hälsingland.

## **6.9. A Organisation och personal samt samverkan med andra projekt 2004/2005**

Projektägare Läns museet, Beställare av projektet är Hälsingegårdsägarnas Intresseförening.  
Styrgrupp: Hälsingegårdarnas Intresseförening: Eva Bovin, Nina Östman, ersättare Gun-Marie Swessar, Åsemi Byström. Läns museet Gävleborg: Anna Lindgren, ordf. Länsstyrelsen Gävleborg: Håkan Sundelin  
Kulturarv Hälsingegårdar: Ingalill Tengvall (adjungerad)

Ca 4 styrgruppsmöten per år. Platsen för mötena cirkulerar mellan styrgruppens arbetsplatser/företag  
Styrgruppsmöten: Läns museet: 2004-11-09, Kils i Storhaga: 2005-02-17, Blanks i Kalvhaga: 2005-04-07

Projektledare och affärsmässig rådgivare: Birgitta Esbjörnsson. 50%. Arbetar ca 1 dag/vecka på Läns museet, resterade tid på Kilsgården i Hälsingland.

Bitr. projektledare och föreningsutvecklare: Britta Blank. 25%. Arbetsplats: Blanks i Kalvhaga.

Antikvarisk rådgivare: Helena Olovdotter Haglund, Elsa Röing barnledig, vikarie Ulrika Olsson med ansvar för bl a databasen. Helena har arbetsplats både på Läns museet och på Ljusdals kommun.

Projektgrupp/arbetsgrupp: Birgitta Esbjörnsson, Britta Blank, Helena Olovdotter Haglund.

Helenas Antikvariska referensgrupp: Anna, Daniel, Ulrika/Elsa från xlm, Hans-Erik Hansson och Erik Nordin från Länsstyrelsen.

I Kulturarv Hälsingegårdars projektgrupp ingick: Birgitta, Helena, och Anna.

Övriga Intressenter och samverkansparter: Studieförbunden, Folkhögskolorna, Museerna i Hälsingland, Högskolan i Gävle, Hembygdsförbundet, Byggnadsvårdsföreningen, Hälsingerådet, Kommunernas turistorganisationer, Näringslivsorganisationerna i resp kommun, LRF, Hälsinge Akademi, Kulturarbetare.

### **2005/2006**

Styrgruppsmöten: Frägsta Kulturgård, Forsa, 2005-08-26, Bengt-Ols, Glössbo, 2005-11-09, Villa Blomhällan i Gävle 2006-02-22, LM 2006-04-12.

Från Föreningen Hälsingegårdar har Gun-Marie Swessar ersatt Nina Östman och Jakob Silén har gått in som ersättare. Som adjungerad från Kulturarv Hälsingegårdar har Lena Landström ersatt Ingalill Tengvall

2005-08-17: Processdag projektgruppen på Järvsöbaden.

2005-11-28 : Projektet deltagit i en gemensam visionsdag med Kulturarv Hälsingegårdar m fl.

Tre barnledigheter i projektet. Anna, Helena och Elsa.

Ny organisation fr maj 2006: Lars Sjösvärd övertar Annas arbetsuppgifter som ordförande i styrgruppen. Ulrika Olsson övertar Helenas arbetsuppgifter vad gäller Antikvarisk rådgivning, handledarmaterialet och möten. Mikael Dunker övertar Helenas arbetsuppgifter vad gäller marknadsföring. Inger Eriksson övertar Helenas arbetsuppgifter vad gäller kanslistfunktionen genom framtagande av startpaket och andra trycksaker.

Projektgrupp: Birgitta Esbjörnsson, Britta Blank, Ulrika Olsson.

### **2006/2007**

2006-08-21: Projektgruppen planeringsmöte på Kils.

Styrgruppsmöten: Länsstyrelsen 2006-09-06, Läns museet, 2007-02-07.

Sept 2006: Pga av Gudrun Niklassons sjukdom övertar Brita Andersson, Läns museet ansvaret för rekvisitionerna till Intryck Hälsingland. Fr o m jan 2007 köper vi tjänster med rekv. av Öhrlings PWC.

Eva Bovin förstärkt arbetet med föreningsutveckling och möten som anställd 25% i projektet under hösten 2006.

2006-09-14: Birgitta möte med Mimmi Gollas, MiGo Byggnadsvård, angående kunder i Ovanåker samt ev medverkan i projektet.

## **6.9. B Seminarier för projektmedarbetarna**

### **2004/2005**

Detta projekt är ett nyskapande projekt. Vi har arbetat bl a med att förändra attityder. Ett exempel är att kunna ta betalt för kultur. Projektmedarbetarna har behövt erfarenhetsutbyten med andra aktörer inom området.

ISKA-seminarium, Birgitta, Helena

RAÄ-seminarium, Helena

Tapetseminarium, Helena

Lokal Kultur, Berättelsen o minnet, Birgitta, Helena, Britta, Anna

Seminarium angående ekonomibyggnader, Helena

### **2005/2006**

050820-050821: Kurs ang allmogeträdgårdar Helena

Föreläsning med Urban Laurin angående Lokal identitet. Kulturarv, måltid och turismutveckling. Helena

051130-051201: RAÄ Höstmöte. Helena, Britta, Anna, Birgitta. Birgitta åker för Närljus, Rapport 2005-12-02. Studiebesök och dokumentsökning på Nordiska Museet i samband med höstmötet. Helena, Britta och Birgitta

### **2006/2007**

2006-10-25. Seminarium om kvalité. Britta.

2006-11-15: Seminarium om samverkan. Britta

2006-11-29-30. Höstmöte, RAÄ. Ulrika

2007-04-16: Tapetkurs, Ulrika

2007-04-17: Seminarium om 1700- och 1800-talsgården som Ulrika ordnat, Läns museet. Britta o Birgitta

## **6.10 Rapportering till Intryck Hälsingland, utvärdering och slutrapport**

### **2004/2005**

Löpande redovisning och kommentarer hur projektet fortskrider i förhållande till ansökan till Intryck Hälsingland, Birgitta och Gudrun.

Ny ansökan och uppföljning av år 1 inlämnad till Intryck Hälsingland den 22 april 2005 för år 2. 2005-05-03: Birgitta möte med Lena Bergils.

### **2005/2006**

Ny ansökan för 2006/2007 och uppföljning av år 2005/2006 till Intryck Hälsingland 20 april 2006.

### **2006/2007**

Rådgivning Hälsingegårdar har nominerats till årets Leader 2006. Fyra av projekten åker till Visby 12 juli 2007. Projektgruppen och Lars åker från projektet. Intryck Hälsingland betalar för Birgitta.

2007-06-20: Studiebesök av Kerstin Wallin och Hans-Olof Stålgren från Leadernätverket med anledning av nomineringen. Besökt Tura, Lökes och Ersk-Anders. Reportage i tidning från Tura.

2007-07-12: Projektet utnämnt till Årets Leader 2006.

## **6.11 Arbeta med att rådgivningsverksamheten går från projektverksamhet till ordinarie verksamhet**

2006-09-29: Informationsdag Länsstyrelsen, Gävle angående den nya programperioden. Birgitta.

2006-11-20. Träff med projekten Kulturarv Hälsingegårdar, Rådgivning Hälsingegårdar samt Hälsingegårdar Turism. Medverkande: Ordf. och projektledare i respektive projekt.

2007-01-19: Birgitta möte med Kerstin Hassner.

2007-01-10, 2007-01-22, 2007-02-15: Möten mellan projekten Rådgivning Hälsingegårdar och HälsingegårdarTurism: Birgitta, Ylva, Britta, Eva.

2007-03-29: Möte med projekten Rådgivning Hälsingegårdar och Hälsingegårdar Turism samt Föreningen Hälsingegårdar och Hembygdsförbundet för att gå igenom framtidsfrågan och vilka behov som finns. Förstudie beviljad hos regionförbundet. Ägare: Hälsingegårdar Ekonomisk Förening.

Projektgrupp:

Birgitta Esbjörnsson – Britta Blank – Ulrika Olsson/Helena Olovdotter Haglund

## **Innehållsförteckning Hälsingegårdsföretagaren**

**1. Förord och Inledning**

**2. Historien**

**3. Nuläge – Person**

**4. Nuläge – Hälsingegård**

**5. Styrkor/Svagheter - Möjligheter/Hot**

**6. Framtidsmöjligheter    Omvärld – Kunder – Marknad**

**7. Affärsidé**

**8. Framgångsfaktorer**

**9. Vision och Mål**

**10. Strategi - Handlingsplan - Marknadsplan - Kompetensplan**

**11. Nätverk – samverkan**

**12. Ekonomi**

**13. Uppföljning**

**14.**

**15.**

**16.**

**17.**

**18.**

**19.**

**20.**

## Förord

Ett av målen i Projekt Rådgivning Hälsingegårdar är att ta fram ett arbetsmaterial och hjälpmedel för Dig som funderar på att starta eget företag med Hälsingegårdens kulturarv som grund. Ett arbetsmaterial som ger ett underlag till en affärsplan

Det unika i detta material är att vi väver samman den antikvariska delen och den affärsmässiga delen i samma plan.

En plan kan alla ha!  
En antikvarisk åtgärdsplan behöver man när man ska vårda sina gamla hus  
– och en affärsplan behöver man när man ska göra affärer.

Materialet vänder sig till Dig som redan är eller som vill bli företagare och som har en välbevarad Hälsingegård.

Under mina år som chef på LRF Konsult i NorrHälsingland har jag arbetat med att ta fram affärsplaner som ett styrverktyg i mitt arbete. Vidare har jag under många år arbetat med entreprenörskap och processledning och hjälpt ett stort antal småföretagare att ta fram affärsplaner. Den senaste affärsplanen jag gjort är den plan jag upprättat för min egen Hälsingegård, Kilsgården i Hälsingland.

Av erfarenhet vet jag att en färdig affärsplan är grunden till en lyckad affärsidé. Det är dock själva arbetet med att ta fram affärsplanen som avgör hur Du lyckas med att genomföra den i praktiken. Du måste själv arbeta fram din affärsplan så att den passar just Dig och Din verksamhet. Den ska kännas realistisk och Du ska veta att den är möjlig för Dig att genomföra.

I Projekt Hälsingegårdar genomfördes delprojektet "Affärsutveckling på Hälsingegårdar", på uppdrag av Länsstyrelsen i Gävleborg, under ledning av Birgitta Keller. Projektet har visat sig vara framgångsrikt då ett flertal av de som genomförde analysen arbetar som egna företagare idag.

Förutom att vi i detta material lagt till den antikvariska delen, har vi också utvecklat den affärsmässiga delen. Den antikvariska planen "Hälsingegårdsplan – antikvarisk rådgivning" har tagits fram av antikvarie Helena Olovdotter Haglund i samverkan med utsedd antikvarisk referensgrupp.

Materialet ska användas tillsammans med kompetenta handledare. Jag beräknar handledartiden till ca 20 timmar per gård/affärsplan.

Min förhoppning är att Du som har för avsikt att göra en egen affärsplan och samtidigt utveckla Ditt entreprenörskap ska få nytta av detta material och därigenom få möjlighet att verka på Din Hälsingegård.

Hälsingland i april 2006

Birgitta Esbjörnsson  
Projektledare/affärscoach Rådgivning Hälsingegårdar

## 1. Inledning

Nu får du möjlighet att få hjälp att göra en affärsplan där du kombinerar affärer och Ditt kulturarv på Din Hälsingegård. Du kommer även att få affärsmässig och antikvarisk rådgivning och vägledning.

### Vem är Du?

- Du som vill möjliggöra en försörjning genom gården och som har en Hälsingegård med dokumenterat kulturarv.
- Du som vill bevara Din Hälsingegård utifrån antikvariska metoder.
- Du som vill förverkliga en Dröm, en Livsidé eller har en Affärsidé.
- Du som vill utveckla Ditt Entreprenörskap

### Det här får du

- Affärsmässig och antikvarisk rådgivning med 20 tim eller
- Antikvarisk rådgivning och vägledning med 5 tim.
- Bollplank vid inredning till kulturhistorisk verksamhet.
- Hälsingegårdsföretagaren – ett vägledningsmaterial.
- Ett underlag så att Du kan fatta beslut ang Din Hälsingegård och Din verksamhet.
- Få ner på papper Dina tankar och idéer.
- Om man är fler i familjen/företaget så kan man få hjälp att enas om vad man vill göra, så att man "drar åt samma håll".
- Prioritera de åtgärder som behövs beträffande gården.
- Prioritera Dina affärsidéer.
- Ett underlag för att starta företag eller utveckla Ditt företag och en plan för Din kompetensutveckling.
- Träffa andra som är i samma situation.

### Din insats är

- Att Du är medlem i Föreningen Hälsingegårdar.
- Att Du deltar med egen tid och dokumenterar denna i enlighet med Intryck Hälsinglands anvisningar.
- Att Du tar eget ansvar för genomförande av Dina aktiviteter och mål.

### Vårt mål med det gemensamma arbetet är att Du har

- satt på dig "Hälsingegårdsglasögon" – sett ur kundperspektiv
- insett hur viktig Din berättelse om Din gård är – storytelling
- utformat Din Affärsidé
- utvecklat Din Entreprenörsanda
- gjort Din egen Affärsplan och att Du vill ingå i nätverket Hälsingegårdsföretagarna.

Du väljer själv hur Du vill arbeta med materialet. Vidare väljer du hur Du vill att Din Affärsplan skall se ut i färdigt skick. Du kommer att få stöd av en coach - handledare i ditt arbete med materialet. Den antikvariska delen i Affärsplanen görs tillsammans med en antikvarie.

Vi har genomgående använt "Du" i de olika frågeställningarna i arbetsmaterialet eftersom det är viktigt att man enskilt tar ställning till de olika frågorna först. Om man bedriver verksamheten gemensamt kan man väga samman de olika synpunkterna under arbetet med frågorna och då skriva ner svaren i "Vi" form.

Birgitta Esbjörnsson  
Affärsmässig rådgivare

Martin Åhrén och Ulrika Olsson  
Antikvariska rådgivare

## Arbetschema för Hälsingegårdsföretagaren

Möten	Arbetsuppgifter
Möte 1 Birgitta och Martin/Ulrika	Genomgång av gården för att få en bild av gårdens möjligheter och renoveringsbehov.  Genomgång av pärmen Hälsingegårdsföretagaren och vad en affärsplan som bygger på antikvarisk grund är för något.  Hemuppgift till möte 4: Flik 1, 2, 3, 5 Inledning Historien Nuläge – person (visionen och affärsbenen) Styrkor/Svagheter – Möjligheter/Hot
Möte 2 Martin/Ulrika	Antikvarisk rådgivning. Genomgång av byggnaderna, beskrivning, foton.  Alternativa användningsområden för byggnaderna.
Möte 3 Martin/Ulrika	Genomgång av den Antikvariska planen.  Kostnads- och prioriteringsdiskussion
Möte 4 Birgitta	Sammanfattning och genomgång av flik 2 - 5. Genomgång framtidsmöjligheter: omvärld, kunder marknad, affärsidé.  Hemuppgift till möte 5: Flik 6, 7 Framtidsmöjligheter: Omvärld – Kunder – Marknad Affärsidé
Möte 5 Birgitta och Martin/Ulrika	Gemensam träff med ett nätverk där var och en får utbyta tankar och idéer med andra Hälsingegårdsföretagare. Kontaktnät, myndighetsregler, Bolagsverket, Näringslivsorganisationer.  Hemuppgift till möte 6: flik 8 - 13 Framgångsfaktorer Vision och mål Handlingsplan – Kompetensplan Nätverk - samverkan Ekonomi Uppföljning
Möte 6 Birgitta	Sammanfattning och genomgång av flik 6 – 13  Hur går Du vidare?

Martin/Ulrika rapporterar till Länsstyrelsen de nya Hälsingegårdsföretagarna ang loggan och avtal och Birgitta rapporterar till Föreningen Hälsingegårdar och projektet Hälsingegårdar Turism så att de nya Hälsingegårdsföretagarna slussas in i befintliga nätverk.

## INNEHÅLL HANDEDARPÄRM

- Vård och städning
  - Hälsingegårdar – Råd om hantering och förvaring av föremål och städning i kulturhistoriska miljöer.* Elsa Röing, Xlm 2002
  
  - Städfrågan i kulturhistoriska miljöer.* Inga Arnö-Berg, Elisabet Stavenow-Hidemark, Marie Louice Wulfcrona-Dagel, Nordiska muuseet/Skansen
  
- Måleri
  - Interiörmåleri i Hälsingegårdar, skador och skadeorsaker.* Tove Nyhlén, Göteborgs Universitet 2003
  
- Tapeter
  - Vackra väggar, tryckta papperstapeter från 1750 till modern tid.* Utställningsfolder från xlm stora tapetutställning våren 2005.
  - Tapeter, Avtryck 1-2005
  - Tapetmönster 1840-1940, Exempel ur Läns museet Gävleborgs samlingar. Sammanställt av Ingela Broström 2005.
  - Övrig information om tapeter
  
- Textilier
  - Karin Haglunds folder
  
- Litteratur
  - Xlm ´s litteraturlista
  
- Ideologier
  - Riva eller restaurera? Byggnadsvård för ekonomi och kvalitet.* Länsstyrelsen Dalarnas län 2003
  
- Fönster
  - Fönster – historia, råd och bevarande.* Jönköpings läns museum
  - Skansen byggnadsvårds allmänna råd vid fönsterrenovering.* En sammanställning från deras fönsterrenoveringskurs

## Bilaga 3

- Hälsingegårdar allmänt  
Gården, Avtryck 2-2004  
Hälsingegårdar. Folder framtagen genom Hälsingetur  
2000
  
- Arkiv  
Länsmuseet Gävleborgs faktablad om att ordna och vårda  
arkiv
  
- Hantverkare  
Xlm´s lista över anlidade hantverkare
  
- Byggnadsvård allmänt  
Informationsblad om byggnadsvård framtagna av  
länsstyrelserna i Gävleborgs, Västmanlands och Örebro  
län.
  
- Inspiration  
Cd-skiva med interiörbilder (för internt bruk)



Handwritten numbers on the map:

- 42
- 14
- 36
- 5
- 26.7
- 25
- 32
- 13
- 27
- 31
- 34
- 43
- 40
- 41
- 38
- 32
- 20
- 18
- 21
- 45
- 27
- 28
- 11
- 19
- 7
- 16
- 24
- 2
- 17
- 10.9
- 15
- 15