

Förstudie Dala FolkArt



Marie Sjögren, Maria Hulthén och Åse Larsjos.

Projektägare:	Dala FolkArt ekonomisk förening
Projektledare:	Ann-Christine Östlund Bäckehag
Kommun:	Säter
Dnr:	62
Jnr:	2010 4132
Projekttid:	2010-04-26 – 2011-08-31

Beviljade stödmedel:	172 323 kr	Använda stödmedel:	166 326 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	392 899 kr
---	------------

”Det finns ett flertal händelser som både direkt och indirekt har bidragit till positiva ekonomiska effekter. Vi är mycket nöjda med vårt framtagna marknadsföringsmaterial.”

Marie Sjögren, Maria Hulthén och Åse Larsjos
Dala FolkArt

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

Dala FolkArt är en nybildad ekonomisk förening av tre stycken professionella kulturföretagare i Södra Dalarna. De har på vart sitt håll närt samma önskan om att kunna sprida de svenska kulturtraditionerna och erbjuda sina tjänster och produkter till den amerikanska marknaden och då i första hand till svenskbygderna i USA. Dessutom krävs olika samarbeten med andra företag med kompletterande tjänster för att kunna erbjuda bra och hållbara koncept.

SYFTE

Syftet med förstudien är att

- Öka kunskapen om möjligheterna för professionella kulturarvsbärare från Södra Dalarna att kunna erbjuda sina produkter och tjänster på den amerikanska marknaden, i första hand till svenskbygderna i USA.
- Etablera samarbeten och bygga nätverk kring idén med andra företagare/ resurser/ evenemang med kompletterande tjänster och produkter för att kunna bidra till en positiv turismutveckling i Södra Dalarna.
- Bedöma idéns värde och genomförbarhet och ta fram metod, strategi och inriktning för en eventuell genomförandefas och hitta vägar för att finansiera en sådan satsning.

MÅL

Efter förstudiens slut ska deltagarna ha

- Erhållit kunskap om hur den amerikanska marknaden fungerar, vad amerikanerna förväntar sig av de produkter och tjänster man levererar och vilka förväntningar de har på besök till Sverige och Södra Dalarna.
- Fått en bild av vilket intresse det finns för de deltagande företagens produkter och tjänster i USA och hittat möjliga vägar/metoder att marknadsföra sig på.
- Tagit fram en gemensam webbplats och annat gemensamt marknadsföringsmaterial och kommit fram till förslag på hur man ska förhålla sig till de sociala medierna.
- Upprättat en ”bank” med adresser/sajter och tagit olika kontakter med personer och organisationer i USA.
- Undersökt förutsättningarna för samarbete med andra lokala företagare/ resurser/ evenemang vid besök av amerikaner i Södra Dalarna, samt utarbetat förslag på hur sådana samarbeten skulle kunna förverkligas.

Projektets kommentarer om ev. skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

1. Bedöma idéns värde och genomförbarhet och ta fram metod, strategi och inriktning för en eventuell genomförandefas ”och hitta vägar för att finansiera en sådan satsning.”

Under förstudien och tillsammans med Anders Granbom från Exportrådet kom vi fram till att en konkret resa till USA, med någon form av presentation av Dala FolkArt vore en bra strategi. Under sommar 2011 då vår förstudie avslutats så kom genom vårt kontaktsökande och med hjälp av hemsida och vårt marknadsföringsmaterial, en inbjudan via mail från Swedish American Museum med ämnet ”Exhibit in Chicago”

”Would love to hear more about your ideas and thoughts so we can figure out a way that you can come to Chicago.”

Executive Director/ Karin Moen Abercrombie

I detta läge då vi under vår ettåriga förstudie avstått en del av våra egna reella inkomster och uppdrag som fått stå åt sidan, beslöt vi att lägga det målet längre fram. Att fortsätta förstudien i ytterligare ”projektform” var inte aktuellt för oss. Så vägar till finansiering fick läggas på framtiden och därmed också en genomförandefas.

Tanken om idéns värde och genomförbarhet kvarstår, liksom DalaFolkArt och kontakten med Executive Director Karin på Museet i Chicago.

2. Erhållit kunskap om hur den amerikanska marknaden fungerar, vad amerikanerna förväntar sig av de produkter och tjänster man levererar och vilka förväntningar de har på besök till Sverige och Södra Dalarna.

Då mer tid än vad som planerats gick åt till att ta fram hemsida och marknadsföringsmaterial, så blev utrymmet alltför kort under förstudien för vårt gemensamma kontaktsökande i USA vad gäller att konkret undersöka marknaden.



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Marie Sjögren, Maria Hulthén och Åse Larsjos

Första kontakten med Leader

Genom ett informationsmöte i Säter där Leader bjudit in företagare till en presentation av de målområden och de gemensamma medel som fanns att söka.

Leader som metod

Tycker att det är positivt att det finns möjlighet för små företag att söka gemensamma medel och att chansen ges till samverkan, med syfte att knyta goda kontakter också för framtida samarbeten. Upplevde att svårigheterna visade sig då tiden skulle räcka till för det administrativa och samtidigt hålla igång och genomföra de uppdrag man hade som enskilda företagare. Det blev då för lite tid för att utveckla och genomföra idéer.

Leaders betydelse för projektet

Tror inte att projektet skulle ha blivit av utan Leader.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades, som den förstudie det var. Tror att om de delar av mål som uppnåtts får leva vidare och utvecklas, så finns möjligheter att generera ytterligare händelser som stärker målbilden trots att arbetet kräver mer tid än vad man kunde förutspå och hade planerat.

Innovation

Positiva idéer som kom ur och genom projektet; Idé om en kulturell guidebok för Södra Dalarna. Placering av målad produkt (häst) i mycket välbesökt butik i Gamla Stan, Stockholm. Butiken har ett dalahästmuseum i sina lokaler och är mycket populärt besöksmål för turister från USA, Japan m.fl. Presentation av Dala FolkArt på Facebooksida ledde till idé om utbyte av kurserfarenheter med erfaren kursledare i Folkartpainting, bosatt i Chicago. Kontakten ledde till ett besök i Gustafs av kursledarens vänner/körledare från Chicago, som nu är positiva till att uppföra någon musik för kör komponerad av Maria Hulthén.

Samverkan och nätverkande

Upplever att projektet medförde ny samverkan och nytt nätverkande. Den rörelse som det ger det egna företagandet att kommunicera utåt med ett mål har skapat nya kontakter, både oförutsedda och de man själva sökt upp. Man har förståelse och erfarenhet av att det inte är självklart att få respons från de företag/kontakter man sökt upp, men man har mestadels blivit positivt bemötta.

Ökad affärsmässighet

Som betald kulturreseledare hos reseföretaget Reseskaparna i Stockholm lyckades Maria Hulthén få till två "Turiststopp" i Södra Dalarna, Hedemora, för en buss med Siljan och Dalhalla som mål. Maria H. höll kort konsert i kyrkan och Åse Larsjos höll föredrag om sitt kurbitsmålande och sålde sina egna almanackor. Maria H. påverkade samma reseföretag att sälja in en resa till Rune Lindströms Museet i Fagersta där hon bl.a. framförde sina egna komponerade visor av Rune Lindströms dikter som finns på hennes utgivna CD "Vart än du går". Det finns ett flertal händelser som både direkt och indirekt har bidragit till positiva ekonomiska effekter. Man är mycket nöjda med



det framtagna marknadsföringsmaterialet i form av foldrar, visitkort och webbsidan som fortfarande fungerar som en informationssida.

Långsiktighet

Sedan avslutet av förstudien sommaren 2011, har man haft och har möten ca en gång i månaden förutom semesteruppehåll. Alla möten har dokumenterats i anteckningar eller protokoll. Dala FolkArt ekonomisk förening, som bildades 2010 finns även idag, även om verksamheten i den är låg och med ingen ekonomisk aktivitet. Genom researchresor runt om i Södra Dalarna har man lärt känna bygden och fått större kännedom om de turistmål, boenden och matställen som finns. Många av dessa finns dessutom som länk från Dala FolkArts hemsida. Man har skapat och fått några bra kontakter i svenskbygder i USA. Fått en inbjudan till ett besök med presentation eller utställning på Swedish American Museum i Chicago.

Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året kommer man fortsätta att underhålla och upprätthålla de kontakter man har i USA och ha fortsatt fokus på att utveckla och ta nya kontakter i svenskbygder. Man behåller sitt mål med en resa till USA. På sikt vill man möta upp och planera vidare på den inbjudan som finns från Swedish American Museum i Chicago. Man vill utveckla fler idéer till hur man kan få besökare till Södra Dalarna. Både genom fortsatt kontakt med ”Reseskaparna” och fortsatt spridning av information på nätet via sina hemsidor och på lämpliga facebooksidor.

Spridning

De företag som finns som länk från Dala FolkArts hemsida har tillfrågats och godkänt detta. De har efter det fått information via mail, telefon eller besök. De har även fått projektets presentationsfolder. Presentationsfoldern finns också hos turistbyråerna och 10 foldrar har skickats till kontakter i USA. Projektet fanns med i en artikel i Dalarnas Tidningar vid förstudiens start. Maria Hulthén tog då kontakten med tidningen. Projektet har själva spridit information genom utskick av t.ex. presentationsfoldrar. Man har använt de foton som man fått löfte om av Fotograf Lillemor Kax. Man har deltagit på Turismkonvent i Ludvika med ett framtaget bildspel som beskriver syfte och mål med projektet. En monterutställning och rullande bildspel har funnits på Sätters bibliotek. Utställningen presenterades i en folder och på affisch med inbjudan till allmänheten. Efter några egna skrivna rader av Maria Hulthén så omnämndes utställningen i tidningen Södran.

Försörjningsmöjligheter

Uppger att projektet delvis har bidragit direkt och indirekt till försörjningsmöjligheter.

Leaderprojekt

Man kan inte tänka sig att driva ett leaderprojekt igen. Upplevde att mer tid än förväntat gick till projektadministration och att det blev för mycket i förhållande till den tid som behövdes till uppdrag och administration i de egna företagen och för att utveckla projektets mål. Med mindre administration tror man sig inte ha behövt ”arbeta ihop” så många timmar för att generera underlag för arvodet till projektledaren. Man är tacksamma att ha fått möjlighet att utveckla och skaffa erfarenhet av att delta i ett projekt och ser nyttan av det i både direkta och indirekta resultat.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Bevarade försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	1
Antal personer som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	2
Bevarade företag	2
Antal nya nätverk	2

Nya eller förstärkta varumärken:

”Maria Hulthén music” och ”Åse Larsjos dekorationsmåleri”.

Efterlämnade fysiska resurser:

Marknadsföringsmaterial. Dokumentation av allt man jobbat med i projektet.
Hemsidan www.dalafolkart.se

Uppnådda mål, kvalitativa

Affärsmässighet/ entreprenörsanda:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Man har definierat sig själva och sina egna verksamheter. Har blivit bättre på prissättning och medvetna om värdet av marknadsföring.

Framtidstro:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Ökade möjligheter att fortsätta driva verksamhet i företagen.

Bevarande av kulturvärden:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Arbetar med bevarande av äldre målnings- och sömnadstekniker, bär på en stor del av Södra Dalarnas samlade folkmusikskatt. En förbättring genom att man i projektet nått ut till flera med sina kunskaper och satt Södra Dalarna "på kartan".