

ANKOM
2015 -10- 14
KULTUR OCH FRITID

EN KULTURGATA I BODAFORS

”En entreprenör som vill berika sig själv och sin omgivning med en automatiserad tjänst för val av elbolag eller telefonbolag ligger bättre till än en entreprenör som vill berika sig själv och sin omgivning genom att förändra en vanskött bakgård i ett socialt sönderslitet bostadsområde till en grannskapsdriven köksträdgård. Den första entreprenörens projekt kan värderas och debiteras i pengar. Den andra entreprenörens projekt kan det inte eftersom dess värde inte främst består av nyproducerade grönsaker utan av nyproducerade sociala band mellan människor, vilket är ett värde som inte så lätt låter sig värderas och debiteras i pengar.”

Ur Plikten, profiten och konsten att vara människa,
Göran Rosenberg

VISIONEN

EN KULTURGATA I BODAFORS

BODAFORS MED OMNEJD är ett spännande och attraktivt område att verka i. Ett brett utbud av unika miljöer och rika möjligheter för boende och verksamhets-etableringar finns att tillgå. Bodafors har en outnyttjad potential som bygger på traktens historia, de unika omgivande naturområdena, byggnadsbeståndet och byggnadskulturen. Läget intill stambanan och den geografiska placeringen i Sverige och i Europa ger en bra tillgänglighet. Grundskolan och matbutiken i Bodafors är institutioner som år efter år får de högsta betyg vid jämförelser med motsvarande i övriga Sverige.

Längs Magasinsgatan i Bodafors ligger ett flertal intressanta byggnader av kultur-historiskt intresse. De är i skiftande skick men oförstörda, sett ur ett historiskt bevarandeperspektiv. Flera av dessa byggnader har kopplingar till industriell, hantverksmässig och konstnärlig träbearbetning, som är delar av traktens stolta möbelhistoria och en mycket viktig del av regionens historia. Fabriken, verk-städerna, möbelsnickerierna, intarsiaverkstaden - rum att bevara och rum att utveckla och fylla med nytt innehåll. Ett arv i världsklass och en utvecklingsbar bas för nyetableringar med mer eller mindre närliggande kopplingar.

Stiftelsen Lehmanns Verkstad disponerar, direkt eller indirekt, en lång rad av dessa byggnader, nämligen den s k B-fabriken från 1897 (den enda kvarvarande äldre industribyggnaden från Svenska Möbelfabrikerna), Lehmanns Verkstad, 1926, Villa Svea, 1928, Lantmännens Magasin, ca 1930, Lokalföreningen, ca 1920 och Gröna huset från 1924. Även tomtmark som är möjlig att utnyttja.

VÅR VISION är att Lehmanns Verkstad som verksamhet kan breddas och ut-vecklas och att en ny omfattande publik verksamhet kan byggas upp bl a i den rymliga B-fabriken. De två enheterna skulle läggas ihop och tillsammans skapa större flöden i form av en stor riksintressant mötesplats med möbler, design, hantverk, slöjd som utgångspunkt. Den ena med utbildning som grund, den andra med upplevelse som huvudtema. Båda med lysande framtidsutsikter, fullt levande i nuet och vilande på en stolt trä- och möbeltradition och en historia värd att studera och lära av. De unika miljöerna och de gamla och nya föremålen kommer att samverka och göra verksamheten till ett attraktivt besöksmål med kulturella och kommersiella värden - med ett vidare perspektiv och nya tankar för en ny publik.

Genom det stora kontaktnät som redan finns, liksom lokala, regionala och internationella samarbetsevenemang och genom såväl traditionell som ny marknadsföring, ser vi möjligheter att engagera och tillfredställa en stor publik.

Intill arbetet med Lehmanns Verkstad har en fysisk möbelsamling vuxit fram och omfattar för närvarande ca 300 objekt i form av en studiesamling som representerar 100 år av kvalitetsmöbler tillverkade i Bodafors. Delar av samlingen visades för första gången som en tillfällig utställning i samband med Designers Saturday våren 2010 i stiftelsens utställningslokal. Samlingen kompletterar det befintliga Möbelhistoriska Arkivet som Hembygdsföreningen ansvarar för och som innehåller ritningar, fotomaterial och arkivmaterial bl a från Svenska Möbelfabrikerna.

DE NYA VERKSAMHETERNA ska genom att kulturmiljöerna nyttjas, kompletteras och utvecklas, generera ökat omlopp och ökade intäkter till befintliga verksamheter. Även skapa omfattande nya verksamheter som påtagligt, såväl direkt som indirekt gynnar hela regionen.

Det som finns att bygga vidare på i Bodafors är unikt och ärligt och stämmer väl med dagens unga målgrupper som kräver mer och mer av unicitet och transparens. De unika värdena; kvalitet, traditionell kunskap, ung kreativitet inom möbler, trä, hantverk, design, konsthantverk, konst, slöjd.

Sammanfattningsvis handlar det om att ta vara på och utveckla stora befintliga värden som ligger i miljön, ett starkt förankrat kulturarv och lika mycket i mänskliga resurser med stor samlad kunskap. Unga människor vars skapande kan bygga framtiden.

Om vi skapar och upplåter ett attraktivt rum i Bodafors bygger vi för framtiden – för de unga, för många människor ö h t.

Huvudman för visionens kärnverksamhet kan vara Stiftelsen Lehmanns Verkstad i Bodafors men kan också vara en nybildad stiftelse med ett aktiebolag kopplat till sig.

VISION ÅR 1-3

- Kulturgatan är en upplevelsebaserad verksamhet med utgångspunkt i Magasinsgatan i Bodafors. Inriktningen är formgivning, design, hantverk, konsthantverk, slöjd och konst. Besökare erbjuds en kärnverksamhet av utställningar, butik, café, ung verkstad, publika verksamheter. Den utbildningsinriktade delen erbjuder arkivstudier i möbelsamlingen, kortare och längre workshops, specialkurser m.m
- Med utgångspunkt i ett antal byggnader och dess historia intill Magasinsgatan i Bodafors erbjuds en mångfacetterad verksamhet som bidrar till ett flöde mellan de olika byggnaderna och en mix av större o mindre arrangemang. Helhetsupplevelsen är central och kvalitet och kunskap är ett signum.
- Genom en kraftfull och koncentrerad satsning har byggnaderna renoverats och en kärnverksamhet kunnat påbörjas i B-fabriken, Magasinet Gröna huset. Verksamhet även i övriga lokaler men i blygsammare omfattning. 10 000 besökare årligen.

VISION ÅR 4-8

- Det breda utbudet av upplevelser lockar besöksgrupper kring 30 000 årligen till området och bidrar ytterligare till positiva samhällseffekter i Bodafors och regionen.
- Humana fastighetspriser i kombination med ny energi och framåtanda ger nyetableringar bland entreprenörer och inflyttning av bofasta. Ytterligare entreprenörer inspireras att fristående från organisationen etablera nya verksamheter som t ex butiker och serviceverksamheter, konstnärsateljéer, verkstäder för konsthantverk och hantverk.
- Kulturgatan erbjuder besökaren flera utställningar, möblerad visningsvillan, en eller flera butiker, öppen verkstad, café, restaurang, vandrarhem. Ett utbud av undervisning och möjligheter för forskning inom trä- och möbelområdet. Inkubatorsverksamhet, gästateljéer och gästverkstäder är andra viktiga komponenter.
- Bageriet har öppnat i den nyrenoverade och utrustade Röda längan, f d lokalföreningen.
- Kulturgatan står för ett öppet förhållningssätt för vidareutveckling av grundidén och arbetar långsiktigt i samverkan med andra. Arbetet präglas av öppenhet för initiativ utanför kärnverksamheten, som kan adderas för att tillföra regionen vitala värden på flera plan.

BILDEN AV MÅL OCH VISION tydliggör att det behövs en samverkan mellan flera intressenter för att målet ska nås. Stiftelsen bidrar med en vision och utvecklad plan för att utveckla och driva kärnverksamheten.

Det som börjar som en geografiskt begränsad men medveten satsning längs en av gatorna i Bodafors förutsätts att komma att växa och att som ringar på vattnet påverka hela samhället och det omgivande området. Där vi vill se orter som Grimstorp och Malmbäck m fl. ingå i ett systemskap som tar vara på utvecklingsmöjligheterna och tillsammans lyfter fram sin stolthet över en gemensam unik miljö och ett gemensamt kulturarv.

Den framtida kombinationen av varumärke, kännedom, dragningskraft, unicitet, helhetsupplevelse, kulturell nivå och grad av konstnärlig kvalitet, talar tydligt för visionens bärkraft.

Marknad/Kunder

I FÖRSTUDIEN betyder begreppet kunder besökare, kursdeltagare, entreprenörer/företagare m.m. Vi har i vår förstudie ringat in 4 intressanta kundgrupper:

Kundgrupp 1:

Den designintresserade kunden generellt. Arkitekter, formgivare, studerande, skolor, designintresserad allmänhet m fl.

Kundgrupp 2:

Intresserad av upplevelse. Den enskilde utflyktsturisten, ensam eller familj, som besöker Bodafors med eget transportmedel.

Kundgrupp 3.

Intresserad av upplevelse. Utflyktsturisten genom arrangerade resor.

Kundgrupp 4.

Den fördjupningsintresserade. Deltagare vid längre kurser och seminarier, studeranden, nyföretagare till inkubatorsverksamhet.

För att attrahera respektive kundgrupp och göra det värt ett besök i Bodafors behöver följande utbud i tabellen på nästa sida ingå i Kulturgatan Bodafors.

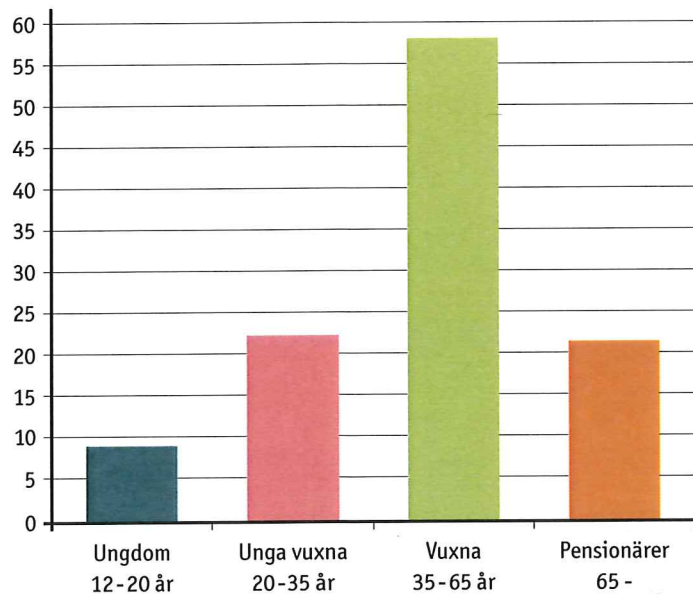
Tabellen redovisar minsta möjliga utbud som krävs och är i huvudsak kärntjänster och kärnprodukter. Verksamheten bygger också på inslag som bildkonst, litteratur, dans, teater, musik.

UTBUD	KUND GRUPP 1	KUND GRUPP 2	KUND GRUPP 3	KUND GRUPP 4
Platsen byggnaderna, miljön	X	X	X	X
Se något nytt – göra något under helgen		X	X	
Årlig sommarutställning av hög kvalitet – Trend, - nyhet, ungt	X			
Nya intressanta tillfälliga utställningar. Ej för hög entréavgift.		X	X	
Barn- och ungdomsverksamhet		X		
Ung verkstad		X		
Kunskap om svensk möbelhistoria industriell, hantverksmässig och konstnärlig bearbetning	X	X	X	X
Workshops		X	X	X
Upplevelsebaserad Café, bageri, restaurang. Äkthet.	X	X	X	X
Upplevelsebaserad Shopping Designbutik	X	X	X	
Upplevelsebaserade konferenser/ Föreläsningar – känsla för platsen	X			X
Specialiserad fördjupad kursverk- samhet och seminarier		X		X
Designer in residence	X			X
Aktiviteter utöver kärnverksamheten konst, dans, musik, litteratur etc	X	X		X

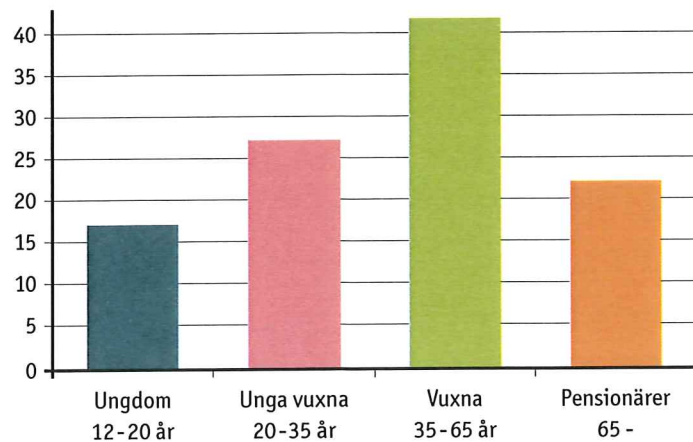
Demografi Kunder

FÖRSTUDIEN PRESENTERAR en efterfrågeprognos på 10 000 besökare År 1, med mål om 30 000 besökare År 5. Vi bygger vår prognos på jämförbar verksamhet tex Virserums Konsthall 20 000-25 000 besökare/år, Vandalorum 49 000 besökare/år, Gunillaberg 12 000 besökare/år (endast sommartid), Tjörnedala 50 000 besökare/år. Åldersfördelningen är baserad på uppgifter från jämförbara verksamheter. Vi tror på en utveckling mot studerande och yngre grupper med målsättning enligt diagrammet för År 5.

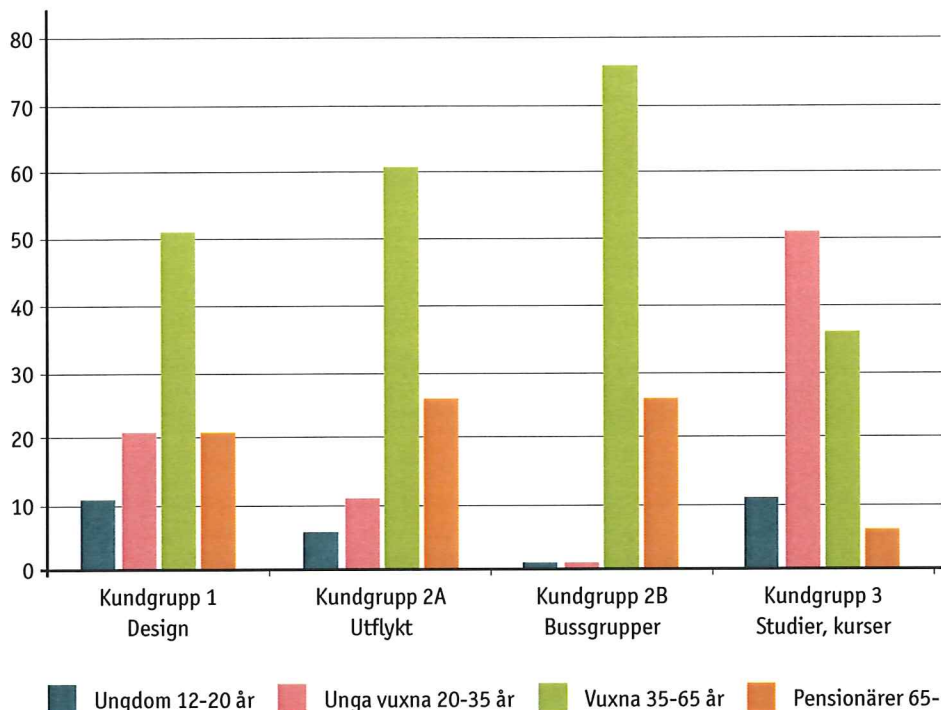
År 1 • Åldersfördeling totalt i %



År 5 • Åldersfördeling totalt i %



År 1 • Beräknad åldersfördelning i % inom varje kundgrupp



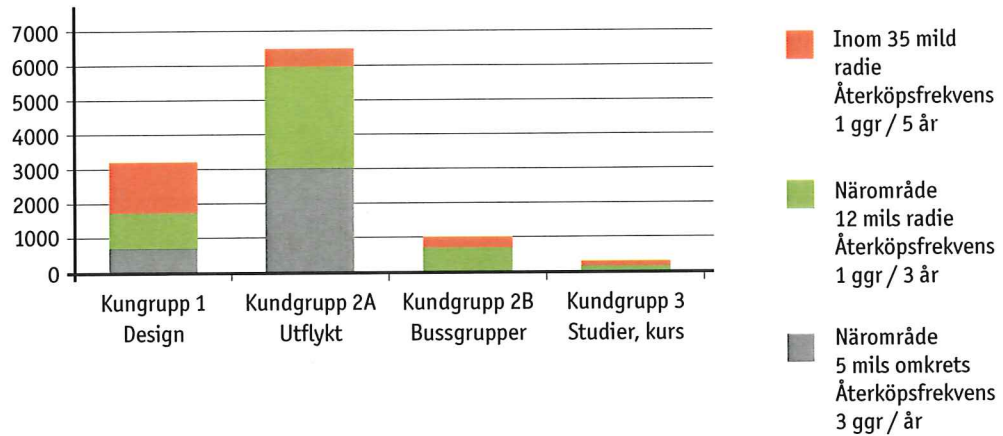
Marknadsupptagningsområde

VI RÄKNAR MED att under de första åren kommer 85 % av kunderna från ett närområde inom 12 mils radie. I närområdet finns sannolikt kunder som tillhör alla kundgrupper. Den stora besöksvolymen tror vi hämtas från kundgrupp 2 och 3. Det är också här som vi har den största återköpsfrekvensen. Här räknar vi med 1-3 besök/år. För att få en god start och snabbt uppsving på besöksvolymen är det särskilt viktigt att utbudet stämmer med efterfrågan från Kundgrupp 2 och 3. Inom 35 mils avstånd finns städer som Stockholm, Köpenhamn, Göteborg, Malmö. Utanför närområdet finns sannolikt inte besökare från grupp 2 och 3 dvs utflyktsturisten utan främst från kundgrupp 1 och 4.

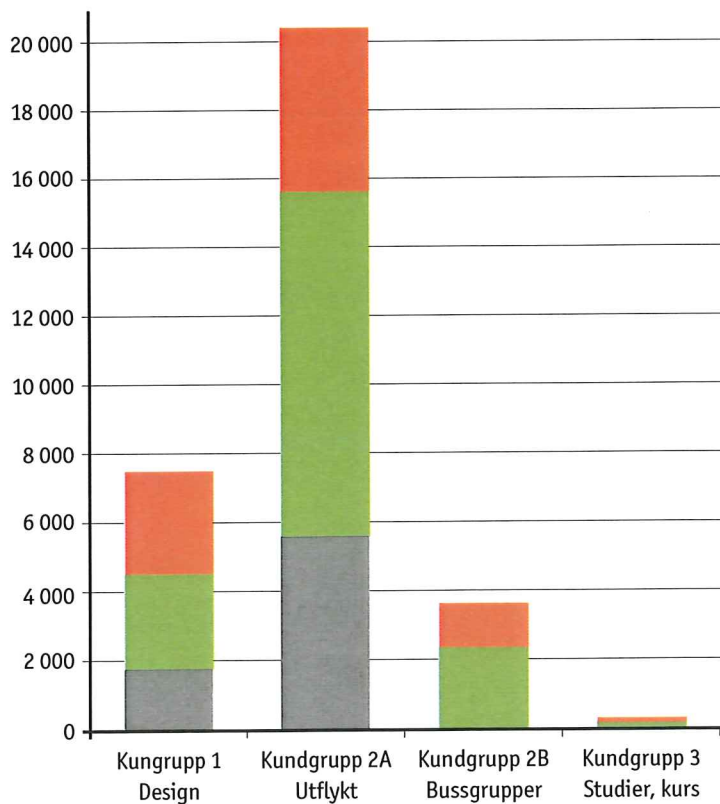
I våra beräkningar har vi delat upp marknadsupptagningsområdet i 3 områden: 5 mil, 12 mil och 35 mil. Bodafors går att nå genom en tågresa på ca 2,5 tim från Stockholm och Köpenhamn. Resebolag för utflyktsturisten ser vi som mycket viktiga för att projektet ska nå tillräckligt många besökare. En viktig kommentar är att en stor besöksgrupp är personer i åldersgruppen 55+ som är ute efter upplevelser. Kundgruppen når vi på många olika sätt både i resegrupper och som enskilda besök.

Fördelningen över antal besökare, geografiskt upptagningsområde samt återköpsfrekvens enligt tabell nedan.

År 1 • Kundgrupp / upptagningsområde / återköp



År 5 • Kundgrupp / upptagningsområde / återköp



Kartläggning av liknande verksamheter

I **FÖRSTUDIEN** har en grundlig kartläggning genomförts där jämförbara upplevelsebaserade verksamheter har belysts. 12 olika objekt har studerats varav fyra lyfts fram och redovisas utförligt här.

Fiskars, Finland
Virserums Konsthall
Tjörnedalagården, Baskemölla
Gunillaberg, Bottnaryd
Ventura Lambrate, Milano
Västra hamnen, Malmö
Capellagården, Öland
Grönbechs gård, Bornholm
Grafikens hus, Mariefred
Vandalorum, Värnamo
Artipelag, Stockholm
Nordiska Akvarellmuseet, Skärhamn

Fiskars

Fiskars AB äger ett stort fastighetsbestånd i samhället Fiskars i västra Finland. Samhället var på tillbakagång och många fastigheter stod tomma under 80-talet. 1987 påbörjade Fiskars AB en restaurering av kulturbyggnader som anpassades för att användas för produktion av design och konsthantverk. De fick namnkända och väl etablerade formgivare och konsthantverkare att bosätta sig i samhället. Det skapade en vitalitet som bidrog till befolkningsökning och utveckling av samhället.

Idag består verksamheten av ett flertal arrangerade utställningar året runt i olika utställningslokaler och en butik med lokal tillverkning av produkter. Fiskars AB stödjer entreprenören som driver restaurang av hög klass. "Inga besökare utan god mat för magen och upplevelse för ögat". Innhållet visar på bredd i utbudet, vilket ledningen själva tror är en framgångsfaktor. Många entreprenörer driver butiker här. Fri entré förutom till utställningarna.

Idag besöks Fiskars av 150 000 besökare årligen varav ca 4 000 konferensbesökare / år. Resultat: Fastighetsvärdet har 50 dubblats sedan 80-talet. Markvärdet har ökat 240 ggr. För varje euro som Fiskars AB har satsat på orten har de fått 3 ggr tillbaka. Vinnarna är kommunen, de gamla invånarna, Fiskars AB, de nya invånarna

och turisterna. En reflektion från Finland är att för en ort som inte ligger centralt till och som bygger på upplevelse gäller att se till det immateriella värdet och vara varsam och hålla fokus.

Virserums Konsthall

Virserums Konsthall startade 1998 och drivs av en ideell förening. Den besöks årligen av ca 25 000 besökare. Konsthallen har 2,25 anställda och har öppet året om. Verksamhetens ledargestalt betyder mycket för den långsiktiga verksamheten, liksom att verksamheten får ett kontinuerligt stöd utifrån. Konsthallen får stöd från Statens kulturråd. Innehållsmässigt arbetar de huvudsakligen projektorienterat med antropologisk konst i installationsform. "Livet är den största historien och konsten den bästa berättaren." Café och butik är också nödvändigt för att locka besökaren. Här är caféverksamheten på entreprenad. Målet för Virserums konsthall är att jobba än mer med bussgrupper då det är en effektiv marknadsföring.

Tjörnedalagården

Tjörnedalagården startade 1991 och drivs som en stiftelse. Årliga besöksiffror är 50 000 besökare varav mellan 8 000-10 000 besökare under konstveckan i anslutning till påsken. Öppet endast under sommaren och påskveckan. Antal anställda är 225 % fördelat på 3 personer. På Tjörnedala är det avgiftsbelagt inträde endast under konstveckan. Det har varit svårt att få restaurang att vara lönsam. Idag drivs café och butik av Östra Skånes konstnärsgille ÖSKG.

Profileringen är platsen i landskapet och unik konst från etablerade svenska konstnärer som åtminstone sommartid är verksamma på Österlen.

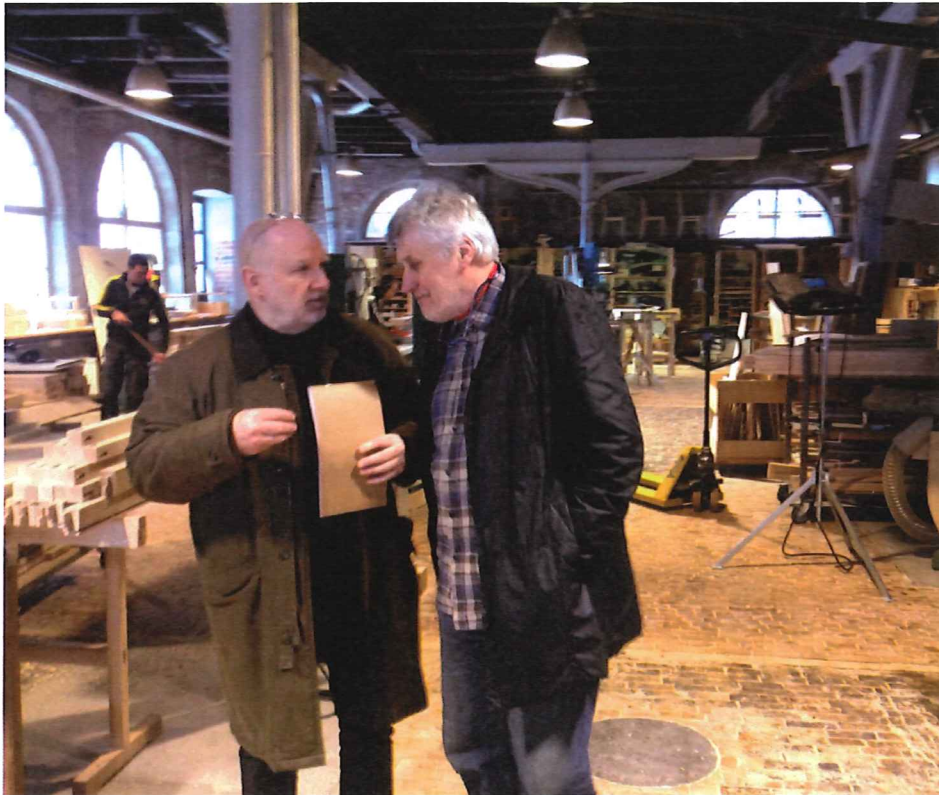
Gunillaberg

Gunillaberg ägs av den kände trädgårdsvirtuosen och mästaren Tage Andersen, Danmark. Gården inköptes 2008 – iordningsställdes och öppnades första gången 2009. Gunillaberg är öppet endast under sommaren, juni - augusti. 2012 lockade gården ca 12 000 besökare. Antal anställda är två heltidsanställda, timanställda samt ägaren själv. På gården finns egen matservering, butik och utställningsverksamhet och trädgårdsupplevelser. Samtliga verksamheter går helt i linje med idén kring Gunillaberg. Ingenting på gården är på entreprenad.

Profileringen är Trädgård, konst, musik, inredning, konsthantverk. En fast utställning per säsong med inträdesavgift i kombination med upplevelser i form av musik, dans och föreläsningar.

Resultat

Detta är fyra exempel av 12 där nästan alla verksamheter varit igång länge och där helheten spelar en viktig roll för lönsamhet och överlevnad. För att nå tillräckliga besöksiffror visar samtliga exempel ovan att de har kombinerat upplevelser inom konst, design, kultur, med god mat och butiksförsäljning. Det skiftar mellan egen driven verksamhet och verksamhet på entreprenad. Ett senare exempel utanför kartläggningen är konstnärskollektivet "Not Quite" i Fengersfors. De startade sin konsthall 2002 som "en fysisk förutsättning för konstnärer och hantverkare av skilda slag att förverkliga visionen om ett levande kulturcentrum, byggt underifrån av människor som brinner." Efter 10 år har det medverkat till att invånarantalet har ökat i Fengersfors och gett en vitalitet och skapat ett varumärke kring Fengersfors, i positiv bemärkelse.





Verksamhet/produkter

KULTURGATANS KÄRNVERKSAMHET är kopplat till formgivning, design, hantverk, konsthantverk, slöjd och konst. Kärnverksamheten bidrar till ett flöde mellan olika byggnader längs "Kulturgatan" och en medveten blandning av större och mindre arrangemang.

Kärnprodukten är upplevelsebaserad verksamhet:

- Årliga kvalitetsutställningar med inriktning på trä, möbler, produktdesign i olika material, inredning - nyskapad design m inspiration och utgångspunkt ur olika perspektiv. Nyskapad design från bland skolorna som Carl Malmsten Furniture Studies, Capellagården, Beckmans, Konstfack, mfl.
- Basutställning med möbelsamling av Bodafors möbler. En basutställning som utvecklas och uppgraderas allt eftersom. Basen bygger på en regional möbelsamling. I nuläget består den av ca 300 Bodaforsmöbler i huvudsak från Svenska Möbelfabrikerens olika epoker ca 1870-1970.

- Designbutik som bygger både på produkt och på upplevelse. Butikens sortiment ska vara intressant ur både nyskapande perspektiv och återbruk. Ev även antikviteter / äldre 1900-talsdesign. Ev. webshop med ett sortiment som delvis är kopplat till designbutiken.

- Café med upplevelsekänsla.
- Ung verkstad.
- Mindre separatutställningar.
- Utställningar från workshops, mindre studiegrupper och enskilda utövare/studios.
- Korta workshops i samband med stora utställningen eller aktiviteter i verkstäder i t ex materialförädling, (Gröna Villan, Magasinet m.m)
- Inkubatorsverksamhet. Vår kompetens erbjuds till regionen för genomförande och utveckling av en bärande inkubatorsverksamhet som ansvaras av region och kommun.
- Gästatljéer (Designer in residence.)
- Uthyrning av mindre lokaler till verksamma enskilda utövare som Gröna huset, Magasinet etc, till verksamheter som ytterligare stärker upplevelsen. Intäkter genom lokaluthyrning.

Varumärkesstärkande produkter:

- Föreläsningar och seminarier
- Kvalitetsutbildningar – längre kurser i fördjupningsämnen, seminarier. Inspiration/workshops för grupper av unga människor och skolor.
- Pedagogisk verksamhet för barn o unga. Barnverksamhet i samverkan med grundskolan lokalt och regionalt ur historiskt och skapande – perspektiv i t ex materialförädling. Kopplat till trä och möbler och slöjd.
- Workshops/specialkurser för vuxna i t ex materialförädling – hämta från naturen och skapa.
- Bageri
- Konferensverksamhet – studiegrupper.
- Guidningar kopplade till utställningarna.



Affärsmodell för respektive tjänst

MÅLGRUPPEN för kärnprodukten kvalitetsutställningar är samtliga kundgrupper men där Kundgrupp 2 och 3 är viktigast då den har största potentialen att växa på kort sikt.

Prognosen för efterfrågan och intäkter (entréavgifter) är:

	Antal besökare	Entréavgifter
År 1	10 000	800 000 kr
År 5	30 000	2 400 000 kr

NÄR ANTAL BESÖKARE ökar uppstår en volymökning och också ökade kostnader. Dock innebär kärnprodukten en hög fast kostnad kopplad till lokaler och utställningsplanering som påverkas marginellt av hur många besökare som kommer. Kostnadsökningen är därför bara 35% från år 1 till år 5 . Till utställningsverksamheten kopplas också kvalificerade guidningar av platsen och av verksamheter.

Utställningsverksamheten bär huvuddelen av intäkterna till hela verksamheten i Kulturgatan. Till detta kopplas också kvalificerade guidningar av plats och verksamheter. Utställningarna är nödvändiga för att ge intäkter till fastigheterna och att också stödja butik och caféverksamheten. De två senare verksamheterna är också kärnprodukter som stärker upplevelsen av besöket. De är viktiga för att skapa mervärde och nödvändiga för att locka hit Kundgrupp 2 och 3 – till viss mån även kundgrupp 1.

Butiken är inledningsvis inte vinstdrivande. Break even för butikerverksamheten sker först 5:e året. Sortimentet som erbjuds tillhör den specialiserade sällanköpshandeln. Det är kvalitetsprodukter som erbjuds. Verksamhetens legitimitet är också beroende av ett varumärkesbyggande och det måste arbetas upp först innan det kan nå en större publik och ge effekt.

Verksamhet och år	Omsättning	Kostnadsökning från år 1 till år 5
År 1 Butik	238 000 kr	53,5 %
År 5 Butik	1 331 000 kr	
År 1 Café	1 000 000 kr	38,6 %
År 5 Café	2 175 000 kr	

STÖDPRODUKTER är lokaluthyrning av gästateljéer och annan närliggande affärsverksamhet (bageri, restaurang, logi). De stärker också varumärket/platsen. En stödprodukt är också uppbyggnad och utveckling av en inkubatorsverksamhet som är kopplad till formgivning, design, hantverk, konsthantverk, slöjd och konst. Förutsättning är att region/kommun och näringsliv är intresserad av att en sådan verksamhet etableras. Kompetensen finns i och kring Stiftelsen Lehmans Verkstad.

Stödverksamheten ger en viss intäkt som dock är begränsad eftersom antal lokaler för ändamålen inte medger hur stora volymökningar som helst. Projektet utgår i dagsläget från nuvarande fastighetsbestånd. Det betyder en jämn intäktsnivå utan volymökningar och kostnadsökningar.

Den pedagogiska verksamheten är varumärkesstärkande produkter. De är av olika karaktärer och former dvs från föreläsningar, seminarier och konferenser till fördjupningskurser och workshops. Här finns också en begränsning i volym då ökad produktion ger ökade administrativa kostnader och ökat behov av lokaler. Även för de varumärkesstärkande produkterna räknar vi med en jämn intäktsnivå utan volymökningar och kostnadsökningar. Break even för den pedagogiska verksamheten sker år 3.

VERKSAMHET • ÅR 1	VERKSAMHET • ÅR 5
Utbildning, längre kurser	Utbildning, längre kurser
3 helgkurser, 3 veckolånga kurser	8 helgkurser, 6 veckolånga kurser
60 deltagare	90 deltagare
Intäkter - 298 500 kr	Intäkter - 442 200 kr
	Kostnadsökning 28 %

Synergieffekter mellan de olika produkterna

DE OLIKA PRODUKTERNA är helt beroende av varandra. Mångfalden/antal produkter är förutsättningen för att Kulturgatan får den dragkraft och verkshöjd som krävs för att locka de kundgrupper och den volym av besökare vi vill ha. Ingen av verksamheterna fungerar utan de andra eftersom basen är antal besökare.

Under förstudien har den pedagogiska verksamheten testats vid två tillfällen. I samband med två veckolånga workshops respektive specialkurs har också ett café bedrivits. Caféet har även hållits öppet för allmänheten. Båda aktiviteterna har omsorgsfullt skapats för ultimata känsla av unik upplevelse.

Uppmärksamheten får ses som mycket positiv från kursdeltagare och allmänheten. Antal deltagare var totalt 24 st. och antal gäster i caféet var 800 st. Administrativa kostnader samkörs vad gäller redovisning, marknadsföring, lokalunderhåll, personalresurser och kompetens.

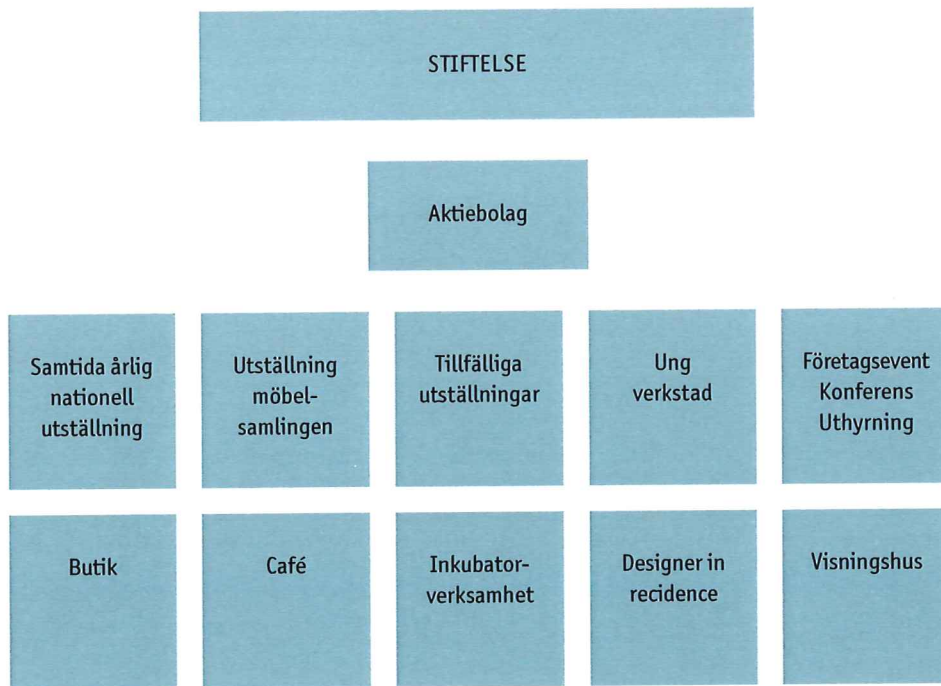
Verksamhetsledare 100% tjänst. Reception/butik/utställningsverksamhet delar på 125 % tjänst. Till detta kommer 50-75 % tjänst som tekniker/vaktmästare. Ytterligare en heltidstjänst arbetar med fastighetsfrågor och marknadsföring.

Barriärer för att komma igång med respektive produkt

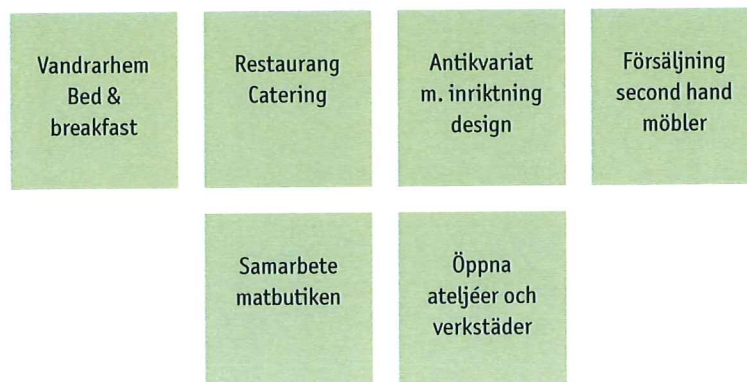
Avhängigt för verksamheterna är:

- Att säkerställa investeringar och extern finansiering för hela den planerade verksamheten.
- Genomföra och iordningsställa ändamålsenliga lokaler i de kulturbyggnader som tillhör stiftelsen Lehmans Verkstad.
- Att hitta personal med den kompetensprofil som krävs för respektive verksamhet.
- Att genom kraftfull marknadsföring nå ut i tillräcklig omfattning och till rätt målgrupper.

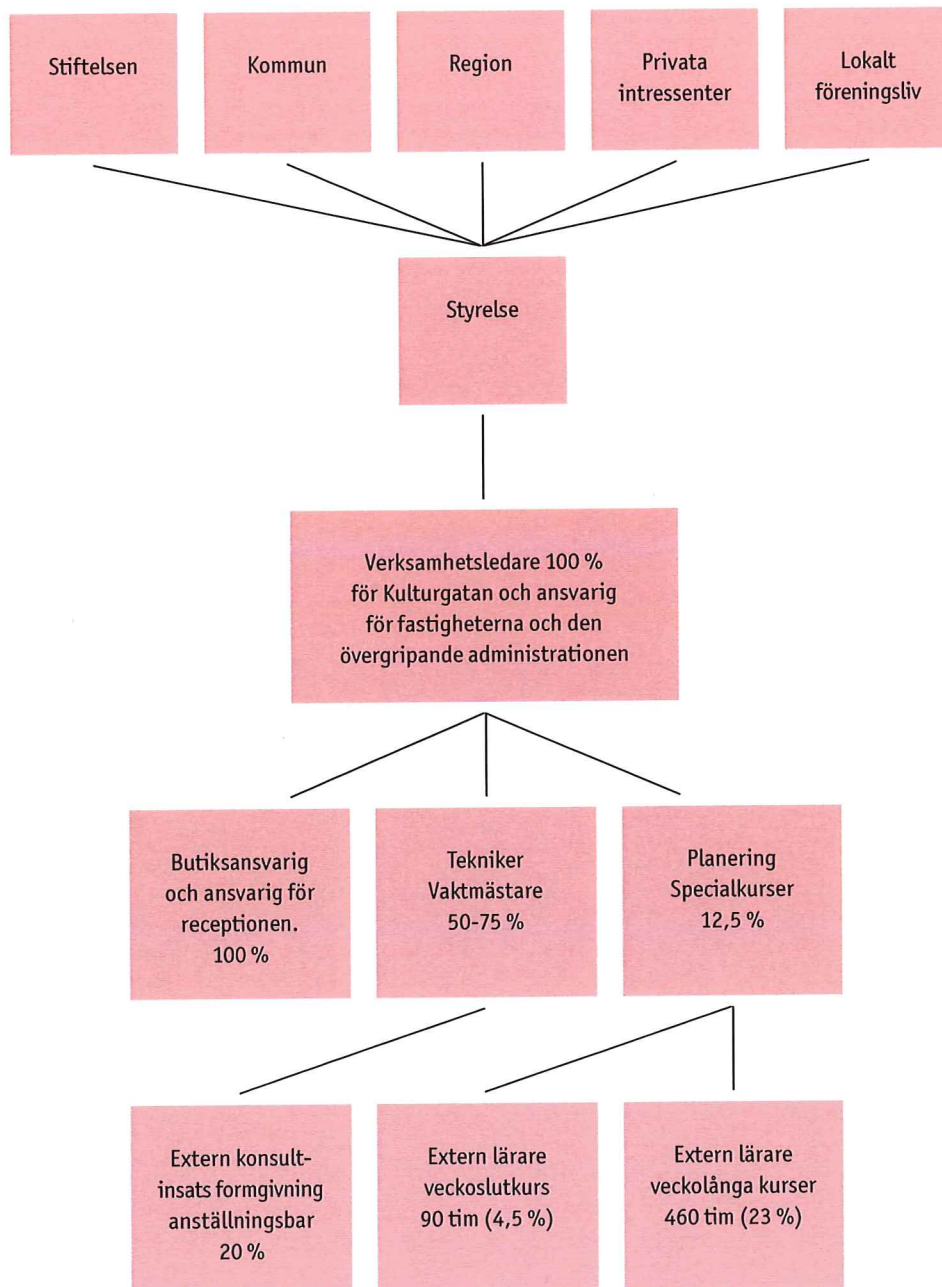
Schematisk skiss över tänkbar organisation och verksamheter



Extern verksamhet i samarbete



Schematisk skiss över tänkt ledning och organisation



Tänkbara intressenter för att etablera En Kulturgata i Bodafors

DET FINNS MÅNGA intressenter som mer eller mindre kan komma att gynnas när projektet blir verklighet. Flera av dessa kan vara med och bidra till att visionen genomförs. Det är viktigt att understryka att Kulturgatan har sin utgångspunkt i en bestämd gata i ett specifikt samhälle men handlar om mycket mer än så. Det handlar om ett projekt som på sikt kommer att påverka stora delar av regionen.

Stiftelsen Lehmans Verkstad är visionärt drivande, dessutom förvaltare av ett antal byggnader längs med Magasinsgatan. Här finns kompetens och kunskap kring hantverk, design, form. Ett brett kontaktnät inom nyskapande o producerande verksamheter inom dessa områden. Stiftelsen förvaltar även den fysiska möbelsamlingen från Svenska Möbelfabrikerna i Bodafors. Stiftelsen bidrar med kunskaper, fastighetsbestånd, samlingar, samt ett värdefullt nätverk för utställningsverksamhet och fördjupningskurser. Den befintliga stiftelsen blir, oavsett organisationsmodell, en del av Kulturgatan.

Lokalt föreningsliv och lokala organisationer. Ekomuseet, Hembygdsföreningen, Företagarförening Näringslivsgruppen etc. Samarbeten kring tex utemiljö, aktiviteter och gemensamma satsningar på bussgrupper och utställningar. Samverkan en vinst för samtliga parter.

Organisationer och skolor i området. Parkskolan i Bodafors, folkhögskolorna i området, länshemslöjdskonsulenternas verksamheter, slöjdklubb etc. Övriga grundskolor och gymnasium i länet, bildningsförbund samt nationella och internationella skolor och högskolor. Forskare inom design- och möbelområdet.

Nässjö kommun. Lyckas satsningen kommer den att ge positiva samhällseffekter för Bodafors och hela regionen. Ett vitaliserat Bodafors ger mycket tillbaka till kommunen och det intilliggande området.

Regionförbundet Jönköpings län. Kan ge stöd i samband med ansökningar om EU:s strukturfonder. Även möjligheter till ekonomiskt stöd för projektansökningar. Projektet En Kulturgata i Bodafors är i högsta grad en angelägenhet för hela regionen.

Landstinget i Jönköpings län. Ett rikt och mångfacetterat kulturliv för stora grupper i samhället är angeläget. Möjligheter för organisationer o föreningar att söka Utvecklingsbidrag för professionella utövare inom kulturområdet. Kulturpolitiskt motiverade uppdrag kan få bidrag.

Länsstyrelsen i Jönköpings län. Projektet kan tillföra länet värdefulla delar som gynnar den sammantagna kulturutbudet. De positiva samhällseffekterna påverkar framförallt på sikt, hela länet genom ny publik och t ex samarbetsmöjligheter med befintliga organisationer och entreprenörer.

Länsstyrelsen i Jönköpings län. Kulturmiljöfunktionen. Bidrag till renovering av kulturhistoriskt intressant industribebyggelse. Ansökan gjord angående antikvarisk renovering av B-fabriken, Magasinsgatan 32.

Affärsidkare i hela regionen. Butiker, buss/taxi, café, restaurang, hotell, pensionat etc. Byggföretag, el vvs etc – direkt, i och med projektets genomförande med stora renoverings- och bygguppdrag och indirekt i och med en samhällsutveckling m inflyttning, där fler i regionen behöver få arbeten utförda i samband med renovering och nyetablering inom såväl privata som kommersiella projekt.

Externa aktörer - kommande lokala verksamheter intill Kulturgatans kärnverksamhet. Som t ex entreprenörer inom Bageri, Vandrarhem/Bed and breakfast, Antikvariat etc.

Barn och ungdomar i regionen. Projektet innehåller delar som blir av stor betydelse för unga människor som växer upp inom området.

Allmänna arvsfonden har ett intresse i seriösa satsningar på barn, ungdom och studerande. Inom projektet finns flera bärande delar i vars sammanhang Arvsfonden kan ses som en intressent och framtida bidragsgivare. För genomförande och utveckling av såväl verksamhetsidéer som projektidén med en koncentrerad genomarbetad lokal satsning som ger ringar på vattnet.

Arbetssökande och boende i regionen. I projektplanen beskrivs de tjänster som ska tillsättas. Dessa tillsammans med arbetstillfällen genom utvecklad befintlig verksamhet är av stor vikt.

Slutsats

FÖRSTUDIEN HAR undersökt möjligheterna att utveckla upplevelsebaserade verksamheter samt utbildningsverksamheter kring Magasinsgatan i Bodafors.

Kärnverksamheterna som har undersökts är utställningsverksamhet, designbutik, caféverksamhet, uthyrning av ateljéer och verkstäder, kursverksamhet, föreläsningar och workshops. Kring denna kärna är tanken att andra entreprenörer efter hand ska få möjlighet och känna inspiration att bygga upp kompletterande verksamheter.

Projektet har undersökt presumtiva kundgrupper, kartlagt jämförbara objekt, undersökt organisationsformer på lednings- och organisationsnivå. Även ingående undersökt de ekonomiska förutsättningarna samt undersökt och belyst de samhällseffekter som förutsätts skapas om visionen genomförs och lyckas.

Viktig kunskapsinhämtning genom studier och workshop tillsammans med Implement, samt workshop med Volante om samhällseffekter. Dessa båda institut har lång och omfattande erfarenhet av jämförbara projekt.

Under projektet har försöksverksamhet genomförts i utvalda delar, med utställningsverksamhet, visningar, workshops och kurser i träteknik och formgivning. Även försöksverksamhet med ett café öppet för allmänheten.

Tack vare förstudien har stiftelsens lokala och regionala nätverk utvecklats och genom det också närmat sig tänkbara intressenter i ett framtida genomförande.

Förstudiens samtliga delar har gett entydiga positiva svar på frågan om tillräckliga förutsättningar finns att driva projektiden vidare fram till genomförande. Förstudien visar att det föreslagna projektet har förutsättningar minst lika stora eller större än de positiva projekt vi studerat. Även den ekonomiska analysen indikerar goda förutsättningar för ett långsiktigt projekt även om det i detta skede inte går att presentera en rakt igenom korrekt analys.

Förstudien har förtydligat både styrkor och svagheter i visionen, gett svar på våra frågor och tydligt visat att visionen är genomförbar och efterfrågad, samt givit projektägarna klara indikationer på hur projektet bäst ska genomföras.

Det samlade materialet i förstudien har skapat det fundament som denna framtida omfattande satsning behöver.

Projektägaren kommer att använda förstudiens resultat som grund för ansökan om medel och genomförande av visionen under en period av 1-3 år.

Finansiering

En kulturgata i Bodafors

Totalt:

20 miljoner + årligt verksamhetsstöd i fyra år.

+ ideella insatser

Byggnadsvård Jönköpings län + Boverket Bostadsstyrelsen Hiss/tillgänglighet	Nässjö kommun Landstinget i Jönköpings län (Utvecklingsbidrag, Croed Culture mm) Länsstyrelsen i Jönköpings län Kulturbidrag Regionförbund Projektstöd
Ca 5 milj	Ca 5 milj
Div. större och mindre fonder I Sverige och utomlands. Forskning och utbildning inom arkitektur, inredning, design.) Sparbanksfonden + företag i regionen + privata donatorer	Arvsfonden Projektstöd och lokalstöd Nyskapande projekt för barn och ungdom. Ungdomsstyrelsen Tillväxt verket Kulturrådet (bidrag inom formområdet) Kulturbyggnaden (Startstöd och genomförandestöd)
Ca 5 milj	Ca 5 milj

+ 250.000:- / år

Årligt verksamhetsstöd under fyra år.

Tidsplan

2015	2016	2017
Finansiering av hela projektet. Fortsatt nätverksbyggande. Ytterligare utveckling av projektets delar.	Projektkonsult knyts till projektet. Projektering. Renovering. Uppbyggnad. Inredning. Utrustning. Personal rekryteras.	Verksamheten öppnar.



EN KULTURGATA I BODAFORS FÖRSTUDIE 2013

Initiativtagare och projektägare:
Stiftelsen Lehmanns Verkstad i Bodafors

Projektledare:

Ann Elmdahl

Arbetsgrupp:

Leif Burman

Mikael Löfström

Mats Eriksson

Ann Elmdahl

Kontakt:

www.lehamnsverkstad.se

info@lehamnsverkstad.se

070 5627887



УЛУДСАЯН



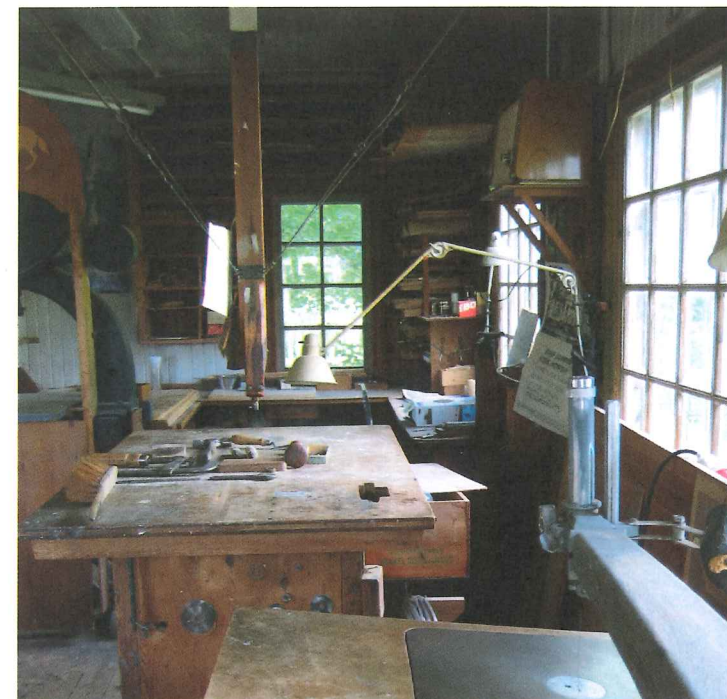
*Ett unikt kulturarv fylls med samtida innehåll och görs tillgängligt för många människor.
Omslagsbild: B-fabriken, Magasinsgatan, Bodafors.*

Kulturgatan - kultur och näringsliv i Bodafors och regionen

Magasinsgatan i Bodafors. En av samhällets mest intressanta gator. Här ligger den enda kvarvarande industribyggnaden från Svenska Möbelfabriken, B-fabriken, byggd 1897. På samma gata finns också Lehmanns Intarsiaverkstad och Villa Svea. Mitt emot ligger Magasinet med utställnings- och aktivitetslokaler. Här finns också en unik studiesamling med möbler tillverkade i Bodafors.

Kulturgatan är ett kulturprojekt med näringsperspektiv och handlar om att utveckla befintliga miljöer, ge utrymme för unga människors skapande, erbjuda upplevelser och visa nutida design i en öppen och levande miljö.

En omfattande förstudie bekräftar de praktiska och ekonomiska möjligheterna. Studien belyser betydande samhällseffekter som kan uppnås genom att utveckla upplevelsebaserade verksamheter och utbildningsverksamheter med utgångspunkt i kulturarv och skapande. Liksom möjligheter till värdefulla samarbeten inom regionen.



Verksamheter

Designbutik, samtida utställningar, café, restaurang, bageri, vandrarhem, Ung verkstad, inkubatorverksamhet, regelbundet utbud av kurser, workshops, föreläsningar och evenemang, är de grundläggande verksamheterna. Kring denna kärna ges utrymme för en rad entreprenörer att efter hand bygga upp ytterligare verksamheter.

Nyetableringar och en avsevärd tillströmning av besökare kommer att påverka inte bara Magasinsgatan och Bodafors utan hela regionen.



Rum för upplevelser

Kulturgatans utställningsutbud är en bärande del av den upplevelsebaserade verksamheten och kommer att etableras i de luftiga salarna i B-fabriken liksom i större och mindre lokaler längs gatan.

Den årliga Designutställningen är tänkt att bli det mest publikdragande evenemanget. En utställning med innehåll sammansatt av lokala, regionala och internationella verk, valda ur det samtida designområdet. Varje årgång ges ett tema och inför varje ny utställning utses en curator som komponerar en ny framåtblickande, överraskande utställning.

Kontakt nätet är brett och erfarenheterna från förstudien tas väl om hand. Möbelsamlingen med snart 400 unika möbler från Bodafors och regionen utgör tillsammans med Bodafors Möbelhistoriska Arkiv en oslagbar utgångspunkt för en riksintressant publik studiesamling.

Längs gatan finns rum för temporära mindre utställningar, fotoutställningar, konstföreningens utställningar etc. I samverkan med tillfälliga evenemang som författarbesök, musik, teater, dans.



Samtida design i framåtblickande och överraskande utställningar, vägg i vägg med den möbelhistoriska studiesamlingen.



Experimentellt skapande i en aktivitetsverkstad med högt i tak och i kommunikation med omvärlden.

Ung verkstad

En bärande del av Kulturgatan är Ung Verkstad med Kunskapsstudion, där yngre och äldre ges utrymme att verka i skapande rum med högt i tak. Ett levande och angeläget sammanhang - en pedagogisk aktivitetsverkstad formad för både återkommande utövare och tillfälliga besökare.

Här kommer att finnas bibliotek, materialbibliotek, välutrustade ateljé- och verkstadsytor för olika tekniker och på olika nivåer, liksom scen och utställning. Vagg i vagg finns inkubatorverksamheten med arbetsrum och ateljéer för unga - som en sluss mellan utbildning och yrkesliv.

Navet i verksamheten är verkstaden/kunskapsbanken, en mötesplats med rådgivning, kunskapsutbyte och inspiration. Här försiggår experimentellt skapande, individuellt liksom i form av projekt och schemalagda kurser. Även studierum för läsläsning, möten och samvaro. Föränderligt och levande, i öppen dialog med hela det växande verksamhetsfältet i regionen.

Ung verkstad erbjuder kontinuerlig kommunikation med omvärlden. Genom den självklara kontakten med Kulturgatans besökare och genom sociala medier, men också genom gästplatser för konstnärer och konsthantverkare.





ande för-
mmar-
et,
ksamhet.
ionala

I projektplanen finns även ett större café och bistro i fabrikslokalen liksom ett fristående bageri i Röda längan mitt på Magasinsgatan. Även studierum och mötesrum.

Övernattningsrum finns i två av byggnaderna längs gatan. Dessa tillsammans med utrymmen i ytterligare byggnader kommer att utvecklas till vandrarhem- och hotellverksamhet.



Större och mindre butiker med samtida design men också utbud av 1900-talsmöbler och öppna verkstäder med direktförsäljning av konsthantverk och slöjd.



Designbutik

Designbutiken lyfter fram ett överraskande utbud av lokala produkter tillsammans med kompletterande unik design med koppling till regionen. Liksom utställningsdelarna har butiken genomgående en tydlig näringsinriktning.

Lokalt, regionalt, nationellt och internationellt i ett självklart samspel. Butiksplanen bygger på kunskaperna inom det regionala nätverket men också kontakten med nyutexaminerade från de intressantaste hantverks- och designskolorna runt om i världen.

Även butikskonceptet är uppdelat och dyker upp i olika rum, i form av parallella mindre butiker och pop-up butiker, längs gatan. Öppna ateljéer, verkstäder med direktförsäljning, försäljning av vintage-möbler, bookshop etc.





Kulturgatan är ett kulturprojekt med näringsperspektiv och handlar om att utveckla och synliggöra värdefulla miljöer, ge rum åt unga människors skapande, erbjuda upplevelser, visa nutida design, i en spännande öppen miljö.

Genom att skapa attraktiva rum för människor och verksamheter kan stora grupper av besökare välkomnas, för att för längre eller kortare tid ta del av ett unikt sammanhang - genom utställningar, aktiviteter, utbildningar och upplevelser. Mötesplats, utbyte, systemskap och kommunikation är avgörande ledord för Kulturgatan. Att ge form, uppfinna, tillverka, kommunicera med omvärlden och utvecklas i ett positivt skapande sammanhang.

Projektet bygger på kulturarvet och handlar om människa, natur, byggnader, samtida formgivning, experimentell design, konst och hantverk. Det bygger på tanken att om viljan och glädjen finns – om man vågar misslyckas och prova en gång till – så kan man göra fina och märkvärdiga saker.

Kulturgatan har ingen slutpunkt. Genom inspiration och ny kunskap, genom öppenhet gentemot omvärlden, leder den stolt vidare.

STIFTELSEN
LEHMANN'S
VERKSTAD I
BODAFORS.

lehmannsverkstad.se | info@lehmannsverkstad.se