



Länsstyrelsen  
Jämtlands län  
Regional utveckling

# PROJEKTPLAN LEADER

Bilaga II

ANKOM

2009-05-06

Dnr... 107 ~~AA~~

Jnr. 2009-3657

PROJEKTPLANEN SKA ALLTID BIFOGAS  
TILL JORDBRUKSVERKETS ANSÖKNINGS-  
BLANKETT OM PROJEKTSTÖD INOM  
LEADER

\*

Ankomstdatum / diarienummer  
(fylls i av leaderkontoret)

ANVÄND ANVISNINGARNA TILL BLANKETTEN "ANSÖKAN – PROJEKTSTÖD INOM LEADER" FÖR DETALJER OM VAD SOM SKA INGÅ I PROJEKTPLANEN ([WWW.SJV.SE](http://WWW.SJV.SE) – UNDER BLANKETTER OCH TRYCKSAKER – STÖD TILL LANDSBYGDEN – LEADER)

**1. Projektnamn** – samma som anges under C1 på jordbruksverkets ansökningsblankett.

Snilleriket Film

**2. Projektidé** – ange projektidén samt bakgrund och problem som lett fram till projektidén.

Det finns en stor kulturskatt som är kärnan i Snilleriket och besökare i området fascinerats av vad de får se och uppleva här. Det är berättelser om spännande och märkliga människor som levt och verkat i området. Några av deras livsverk finns kvar i form av de välbevarade industriminnena, varav två har prisbelönats. Den här kulturmiljön är ett tidsdokument, som berättar om en del av vår historia, men samtidigt en levande och fullt fungerande miljö. Det är viktigt att upplevelsen av den ska kunna ges till fler besökare, och därför krävs insatser för att förbättra tillgängligheten.

## BAKGRUND

Föreningen Snilleriket vill ta tillvara, samt utveckla besöksnäringens produkter runt det kulturella och tekniskt intressanta arv som femton snillrika personer i trakten lämnat efter sig. Det geografiska området är längs väg 321 mellan Svenstavik och Oviken i Bergs kommun. Föreningens syfte är att arbeta för ökad turism inom området, förvalta arvet och bidra till att stärka stoltheten över hembygden.

Det är fyra besöksställen som samarbetar under rubriken Snilleriket är Bingstasmedjan vid Bergs Hembygdsgård i Hoverberg, Hovermo Gårds - och Industrimuseum, Gisselfors Kaggfabrik och Wikners i Persåsen. Persåsen har inte bara minnesrum efter snillen. Anläggningen fungerar dessutom som ett servicecentrum med mat och logi för Snillerikets besökare, inte minst för bussresegrupper.

Presentationen för besökarna sker alltså på **fyra platser**, vilket sprider effekterna över det område, som föreningen gett namnet Snilleriket. Samtidigt uppstår ett **behov av att skapa kompletterande visningsmöjligheter**, för besökare som inte kan eller vill åka till alla fyra ställena.

Aktörerna i Snilleriket samarbetar på basis av ett koncept som bygger på de levande kulturmiljöerna, och som första produkt finns en guidad busstur som går till alla fyra. Den kan bokas av grupper, och säsongen 2008 hade föreningen tio sådana resor. Snilleriket sköter bokningen när alla aktörer är involverade, enstaka bokningar görs direkt hos respektive anläggning. På samma sätt hanteras faktureringen, där Snilleriket har en viss ersättning. Det viktigaste marknadsföringsverktyget har hittills varit kortfilmen En resa i Snilleriket och en informationsbroschyr som föreningen producerat och distribuerat. Nu finns också boken Snillena i Snilleriket, tack var ett starkt och till stor del ideellt engagemang. Filmen ingår som bilaga i boken och tillsammans utgör de också ett utmärkt studiecirkelmaterial. Boken om snillena har fått ett mycket positivt mottagande såväl i pressen som bland allmänheten.

## **PROBLEM**

Eftersom Snilleriket som besöksmål utgörs av **fyra anläggningar**, krävs samverkan på snillemat så att besökaren ändå upplever en **helhet**. Kunden ska också känna att besöksmålet är **tillgängligt och besöksvänligt**, oavsett om man kommer hit som grupp eller enskild resenär på egen hand.

Majoriteten av besökarna kommer under sommarsäsongen, då Hovermo och Persåsen har öppet dagligen. Bingstasmedjan och Gisselfors Kaggfabrik **har inte resurser att hålla öppet varje dag**. Både deras och Hovermo-anläggningens kulturbyggnader saknar uppvärmning och är därför inte tillgängliga vintertid. Det här begränsar tillgängligheten och inskränker upplevelsen av Snilleriket.

Vi vill göra  **dessa delar av Snilleriket tillgängliga på ett annat kompletterande sätt**, för att besökare inte skall gå miste om **helhetsupplevelsen**.

## **PROJEKTIDÉ**

### **1**

#### **Tre sammanhängande filmprojekt**

Föreningens projektidé är att **producera filmer som dokumenterar historien och berättar om snillepersonerna**, deras liv och bevarade verksamheter, som idag utgör en verklig kulturskatt.

Dessa filmer ska kunna visas när en eller flera anläggningar inte har öppet, eller när besökarna inte har möjlighet att åka till alla fyra. De blir dessutom ett komplement att användas under vintersäsongen, i samband med utställningar, mässor, studiecirkelar och föreläsningar.

Filmerna ska också kunna ses med **undertext på svenska, engelska och tyska** och därigenom **öka tillgängligheten** för besökare med olika typer av hörselnedsättning, och inte minst för de utländska turister som kommer till området.

Kaggfabriken i Gisselfors och Bingstasmedjan i Hoverberg är industrihistoriska verksamheter. En mycket viktig kundgrupp utgörs av företag och organisationer som i samband med möten och konferenser önskar få inspirerande kulturupplevelser. Kort tid utgör då en begränsning, som bäst kan överbryggas med moderna media. Med film kan vi även vintertid ge en bra upplevelse av Hovermo, Gisselfors och Bingstasmedjan.

A.

På 1980-talet spelades en film in om gevärstillverkningen i Bingstasmedjan, och det finns behov av att göra kompletteringar. Framför allt behövs en motsvarande film för **Gisselfors Kaggfabrik**, som är Sveriges enda i fungerande skick. Detta är så mycket mer angeläget då **Paul-Anders Paulsson**, uppvuxen med fabriken och ojämförligt bäst på att demonstrera tillverkningen, är till åren kommen.

B.

Utmärkelsen Sveriges Industriminne utses av Svenska Industriminnesföreningen - en hederstitel som få anläggningar kan uppvisa. **Hovermo Industri- och Gårdsmuseum** har fått titeln "för sin välbevarade, unika status med kontinuitet i användningen och hög grad av autenticitet ... präglad av geniala lösningar och uppfinningsrikedom..."

Anläggningen består av fem olika småindustrier som besökaren guidas genom av bröderna Folke och Yngve Ericsson. Även deras arbete bör filmas på ett genomarbetat sätt. Inte minst på grund av att verksamheten troligen står på sin höjdpunkt för närvarande. Även i detta fall har guidernas tilltagande ålder sin betydelse.

C.

De fyra besöksställena speglar i första hand den livsgärning som fem av de femton snillena står för. Även **övriga tio snillen** behöver sin filmatisering där de presenteras närmare. Som underlag för detta finns boken Snillena i Snilleriket med dess texter och omfattande bildmaterial, samt forskning och intervjuer som ligger till grund.

Med hjälp av ovanstående filmer skapas helt nya förutsättningar för att visa Snilleriket även vintertid, och för fler grupper av besökare. Filmmediet i kombination med besök i Persåsen och Hovermo kommer att ge gästerna en värdefull och minnesvärd upplevelse i Storsjöbygden. Att bygga varumärken tar tid och filmerna, som kan upplevas under hela året, bidrar till att varumärket Snilleriket lever och stärks.

Filmerna skall vara ett effektivt redskap för att förstärka föreningens pågående strävan att vidareutveckla besöksmålet Snilleriket, och på så vis medverka till utveckling inom hela området.

2

### Översättning och textning

För att göra Snillerikets spännande historia tillgänglig också för utländska turister planeras **översättning** av Snillerikets informationsbroschyr och webbsida till både engelska och tyska. Med detta följer en del layoutarbete eftersom båda dessa språk kräver olika utrymme jämfört med svenskan.

Likaså ska **undertextning** av filmerna (Punkt 1, ovan) ingå i projektets arbete. Dels på svenska för **hörselskadade**, dels på engelska och tyska för **utländska gäster**. På det sättet gynnas också eventuella hörselskadade bland dessa besökargrupper.

Ytterligare beskrivning finns på bilaga nr( )

**3. Erfarenheter från tidigare projekt** – har liknande projekt genomförts tidigare och hur kan projektet ta tillvara dessa erfarenheter? Ta kontakt med ditt Leaderkontor eller länsstyrelsen för att få information om vilka projekt som tidigare har genomförts.

Projekt Snilleriket

**Starttid:** 2006-02-01      **Sluttid:** 2007-12-31

**Åtgärd:** 1.4 Attraktiva regioner och skydd för miljön

**Fond:** Regionalfonden

Stöd till dokumentation, sammanställning av material och föremål, kunskapsspridning och marknadsföring av kulturarvet. En broschyr samt filmen Snilleresan om den guidade bussturen i området togs fram och har använts vid information och marknadsföring. Vidare etablerades samarbete med skolor i området, studiematerial och guidematerial utformades. En förstudie gjordes för utställningar och små museer om några av snillepersonerna. Föreningen arbetar f.n. med en ansökan om stöd för att kunna förverkliga dessa.

**4 a. Vilka ska genomföra projektet** – beskriv vilka som ska genomföra projektet. Ange vilka företag, organisationer eller andra som deltar i projektet och dess kontaktuppgifter. Bifoga protokollsutdrag/intyg från de som ska genomföra projektet där de fattat beslut om medverkan.

Kontaktperson	Organisation	E-mail eller telefon	Personnummer (10 siffror)	Utländsk bakgrund (ja eller nej)	Roll/ansvarsområde i projektorganisationen
Margareta Abrahamsson	Föreningen Snilleriket	0643-445430	541229-8209	Nej	Kanslist på Snilleriket
Folke Ericsson	Hovermo Gårds- och Industrimuseum	0643-40005 070-3316568	381017-8214	Nej	Ledningsgrupp
Ulf Jernberg	Bergs Hembygdsförening	070-4801397	400314-8212	Nej	Ledningsgrupp
Arne Nilsson	Marknadskraft	063-18 11 30 070-7481130	420329-7579	Nej	Projektansvarig
Paul Anders Paulsson	Gisselfors Kaggfabrik	070-3144475	371128-8419	Nej	Ledningsgrupp
Leif Wikner	Leif Wikner Konstslöjd	0643-445550	380323-7811	Nej	Ekonomi

**4 b. Lokal förankring** – ange hur projektet är förankrat på lokal nivå. Bifoga protokollsutdrag/intyg från föreningar och företag där det framgår att de fattat beslut om att stödja projektet.

Hovermo Gårds- och Industrimuseum  
Gisselfors Kaggfabrik  
Bergs Hembygdsförening  
Persåsen Upplevelser  
Hovermo Byalag  
Oviken/Myssjö Hembygdsförening  
Ovikens Taxi  
Ovikens Företagarförening  
SSTF  
Leif Wikner Konstslöjd  
Marknadskraft  
Ethikos  
Silfverdals  
Jengel Förlag  
Tirénföreningen

Projektet kommer att stödjas av flera aktörer. De fyra besöksställen tar det största ansvaret i genomförandet och går in med flest resurser. Därutöver finns både företagare och ideella föreningar samt privatpersoner som kommer att vara aktiva och bidra på olika sätt.

För de flesta finns medfinansieringsintyg.

Ev. Norr-Side Gård

Ev. Ovikens Konstförening

**5. Syfte och målgrupp** – vad söker ni stöd för och vilka är de övergripande syftena? Vilken målgrupp vänder sig projektet till, ålder- och könsfördelning, finns det personer med utländsk bakgrund?

Stöd söks för tre filmer om unika, fungerande industriminnen och 15 snillrika personer i Södra Storsjöbygden. Filmerna ska textas på svenska för hörselskadade, på engelska och tyska för utländska gäster.

Visningar ska kunna göras hela året. Upplevelsen av kulturmiljön ska därmed ges till fler besökare och nya målgrupper. Även Snillerikets broschyr ska översättas och hemsidan ges motsvarande språkfunktioner för att nå ut till utländska kundgrupper. Syftet är att öka tillgängligheten och därmed antalet turister i området.

Det övergripande målet med projektet är alltså att verka för

- **fler besökare totalt samt nya målgrupper (ex. tyska och holländska turister)**
- **att kulturarvet ska upplevas under större del av året än vad som är möjligt idag**
- **bättre tillgänglighet för hörselskadade besökare**

Genom den här satsningen på förbättrad tillgänglighet, med hjälp av informativa och samtidigt konstnärligt högkvalitativa filmer, kan vi ge faktainformation i kombination med en kulturell upplevelse till **fler besökare och nya målgrupper**. Ströbesökare som inte har så många tillfällen att komma in kaggbakgrunden och Bingstasmedjan får tillgång till visningar genom filmerna. För gruppresenärer skapar vi möjligheten att ta del av upplevelsen under **hela året**, och inte bara under den korta sommarsäsongen.

Besöksmålet öppnas på ett bättre sätt för **personer med hörselnedsättning**, såväl svenska som utländska.

**Utländska gäster** har haft mycket begränsad tillgång till berättelserna om snillena. De saknar guidningsalternativ än så länge, men kommer nu att ha bättre information genom att både filmerna, webbsidan och broschyren anpassas på engelska och tyska. Vi har då redskap för att nå turister från Mellaneuropa, framför allt från Holland och Tyskland. Dessa turister kommer ofta med husbil, besöker platser i området, och med information på lämpligt språk förmedlar vi en grundläggande kunskap om de kulturmärkta verksamheterna.

Boende i området hör självklart till målgruppen och kunskapsspridningen på det lokala och regionala planet pågår ständigt, men kommer att få en klar förstärkning genom projektets filmsatsning.

Till målgruppen får i högsta grad räknas skoleleverna i området eftersom den uppväxande generationen genom projektet får kunskap om sin hembygd och sitt kulturella arv. Vi vill dock understryka att Föreningen Snilleriket anser det viktigt att eleverna får ta del av de gamla industrierna "live".

#### Förstå – förvalta – förmedla

För att kunna förstå vårt ursprung behöver vi förvalta vårt arv och förmedla det till nästa generation.

Filmerna skall som framgår användas i visningar för turister och andra besökare vårt område men också på mässor, i studiecirkel, för bygdens skolelever m.fl. De kommer dessutom att utgöra ett viktigt dokument för eftervärlden.

Målgrupper i projektets genomförande är boende, företag och ideella föreningar i området som har beröringspunkter genom besöksnäringen eller på olika sätt är bärare av kulturarvet.

**6. Geografiskt verksamhetsområde** – var kommer projektet genomföra sin verksamhet och vilket område kommer resultatet av projektet tillfalla?

Projektet kommer att genomföras inom området från Oviken i norr till Svenstavik i söder, längs med väg 321, med förgreningar till byar som ligger några km västerut. Resultatet kommer att märkas i första hand inom samma område, och spilla över på aktörer som har indirekt koppling till projektet genom sina verksamheter.

I ett längre/vidare perspektiv kommer projektarbetet att bära frukt genom att kulturarvet förmedlas till besökare i området, och på så sätt spridas till personer från hela landet, och förhoppningsvis även utanför Sverige.

Genom satsningen på material på engelska och tyska kommer också besökare från utlandet att kunna ta del av kunskapen om Snillerikets verkligt genuina och välbevarade gårdsindustrier.

Under de år vi eldsjäljar jobbat för Snilleriket har vi mött ett glädjande intresse. Folk är starkt imponerade av att så många snillrika personer verkat inom ett så begränsat område. Mest imponerande är det att området kan visa upp flera gamla, fungerande verksamheter i sin genuina miljö och däri ligger själva **grunden för långsiktig turism**.

Erfarna personer inom turism och kultur har stöttat oss med glada tillrop, samtidigt som de påvisat vikten av uthållighet, ständig pådrivning och kraft till förnyelse. Det tar tid att tränga igenom, att skapa sig ett namn och gott rykte i den hela tiden allt starkare konkurrensen. Ett gott rykte grundat på besökarnas upplevelser, ett väl genomfört omhändertagande genom förfrågningar, arrangemang och försäljning, samt klok marknadsföring ska borga för att **varumärket Snilleriket** vårdas och växer sig starkare.

I samband med information till potentiella besökare förmedlas info om andra tänkbara aktiviteter att kombinera med under vistelsen i området.

När Snilleriket når fler människor gynnas också andra näringar, och förutsättningen för fler sysselsättningstillfällen inom service och besöksnäring ökar. Projektet bidrar också till att intresset för området i stort ökar, och att Jämtlandsbilden och Sverigebilden stärks.

**7 a. Projektets mål** - ange målen för projektet och vad som ska mätas. Ange utgångsvärden före projektstart och målsättning efter genomförandet.

Mål och vad ska mätas	Utgångsvärde	Målsättning
Antal filmer om snillepersonerna	1	4
Gruppvisningar av de nya filmerna	0	50
Antal guidade snilleresor (grupper)	10/år	15/år
Antal köpta entréer till anläggningarna		
Gisselfors Kaggfabrik	400/år	500/år
Bingstasmedjan	400/år	500/år
Hovermo Gårds- och Industrimuseum	1 300/år	1 450/år

**7 b. Projektets mål** – ange hur projektet påverkar jämställdhet, kvinnligt företagande, ungdomar samt integration av personer med utländsk bakgrund. För varje Leaderområde finns särskilda indikatorer som ska anges i projektplanen. Tag kontakt med Leaderkontoret för mer information. Läs mer i anvisningarna för Leaderansökan.

Jämställdhet:

Filmerna ger genom textning hörselskadade möjligheten att ta del av Snillerikets kulturhistoria.

Utländska besökare kan välja mellan engelska och tyska i filmerna och informationsmaterialet.

Landsbygden tenderar att vara behäftad med lägre status än stadsmiljön. Hela kulturarvet sprider budskapet att det är mindre viktigt var man kommer ifrån, snille och kreativitet frodas lika bra i båda miljöerna.

Snillena Tirén, Stadling och Thomasson som lyfts fram i Snilleriket var föregångare när det gällde att stötta utsatta minoriteter i samhället.

Barn och ungdomar i området kommer att kunna se filmerna och även besöka anläggningarna. Det stärker känslan för hembygden. Med en stark identitet och kunskap om sina rötter lägger man grunden till en god självkänsla och att ungdomarna återvänder till hembygden senare i livet. Hemvändarkraften är en viktig faktor i glesbygdsområdenas fortlevnad och bidrar till att det finns en generell valfrihet när det gäller var man bosätter sig.

Det kvinnliga perspektivet är inte alltid helt enkelt att framhålla när man skildrar miljöer som av tradition är mansdominerade. I projektet finns det en medvetenhet om detta, och vi stödjer idéer och förslag som bidrar till att exponeringen av Snilleriket varierar. I projektet skall vi uppmuntra till kvinnligt deltagande för att skapa bredare perspektiv på arbetet.

**8. Genomförande med tidsplan** - hur ni ska arbeta för att uppfylla målen, vilka är aktiviteterna? Vilka kostnader ligger inom respektive aktivitet?

Aktivitet	Kostnader	Startdatum	Slutdatum
Filmproduktion	294 800	20090901	20101130 → 20110228
Textning av filmer	} 12 000		
Översättning av broschyr		20100101	20101130 → 20110231
Översättning webbsida			
Avslutning av projektet		201000120110228	20110228 → 20110531
<b>Projektets start- och slutdatum</b>		20090901	20110228 → 20110531

**OBS!** Slutdatum är samma datum som ansökan om slututbetalning ska ha inkommit till Länsstyrelsen. Det innebär att ni måste avsätta viss tid efter projektaktiviteternas avslutande så att alla fakturor hinner betalas och att ni kan sammanställa ansökan om utbetalning. Tre månader rekommenderas.

20110601

Enl:  
mail

2009-05-03

**9. Plan för hur ni ska sprida projektet** – hur och till vilka ska ni sprida resultatet? Hur många berörs av projektet och dess resultat?

Projektrapportering kommer att göras på Föreningen Snillerikets hemsida och till medlemmar, nätverket och samarbetspartners genom informationsträffar och nyhetsbrev.

Även snillenas anhöriga hålls uppdaterade och bjuds in till träffarna.

De lokala Bergsbasen och Zonline kommer att användas för informationsspridning.

Bergsradien kommer att informeras.

Slutrapport delas ut till alla berörda i projektet samt på hemsidan.

För invigning av de nya filmerna kommer vi att bjuda in till visningsarrangemang.

När det gäller hur själva filmerna ska spridas till kunder, kommer de att visas vid gruppresor, kurser och konferenser, på mässor o.likn. Sekvenser kan läggas ut på hemsidan. Största skillnaden blir att man får ta del av industriminnena under hela året och det betyder att många fler kunder nås.

**10. Övergång till ordinarie verksamhet – hur ska verksamheten fortsätta efter projektet avslutats?  
Hur ska projektet bli självgående?**

Filmerna kommer i det fortsatta arbetet att fungera som ett komplement till guideade visningar vid de olika anläggningarna. Snillerikets kulturmiljö kan då förmedlas oberoende av tid och plats, och framför allt de två besöksställen som inte kan erbjuda daglig bemanning kommer ändå att kunna få en värdig presentation genom alternativet med filmerna.

De kommer vidare att användas under vintersäsongen i samband med gruppvisningar och informationsaktiviteter, och ge en större flexibilitet och tillgänglighet över året. Filmerna skall vara ett effektivt redskap i samband med visning på mässor, föreläsningar och i andra folkbildnings-sammanhang. De kommer också att utgöra ett tidsdokument och en kunskapsbank som kan användas av elever och lärare i skolorna.