

Projekt Design, konst och arkitektur som en reseanledning

Sammanfattning:

Projektet har syftat till att utveckla nya, attraktiva och hållbara reseanledningar med fokus på design, konst och arkitektur. Genom nätverk, samverkan och kombinationer av nya och befintliga produkter har projektet stärkt konkurrenskraften hos små och medelstora företag inom besöksnäringen.

Via marknadsdriven produktutveckling, digitalisering och gemensamma aktiviteter har upplevelser kopplade till kultur, mat och natur synliggjorts.

Projektet har arbetat i nära dialog med aktörer och kommuner, med målet att skapa ett starkare och mer samlat utbud. Det gränsöverskridande samarbetet har varit centralt för att öka tillgänglighet, synlighet och samverkan.

Projektet har bedrivits gemensamt av Visit Värmland och Visit Greater Oslo, i tillegg har Visit Fredrikstad og Hvaler, ISarprborg og Visit Øst Norge vært med som samarbeidspartnere på norsk side. Vi har haft löpande avstämningar och styrgruppsmöten.

Arbetet har omfattat affärs- och produktutveckling, hållbar mobilitet, digitalisering och marknadsföring – med design, konst och arkitektur som ledande teman.

Genom nätverksträffar, kurser, studiebesök och produkttester har projektet stöttat företag i gränsregionen. Digitala verktyg som self-guided tours, 360-bilder, QR-koder och AR-lösningar har testats för att stärka upplevelser och tillgänglighet. I Långban togs en testbädd för digital platsupplevelse fram.

Totalt har över 30 upplevelser paketerats, varav flera gränsöverskridande. Produkterna kopplar till kultur, konst, mat och natur – många möjliga att uppleva genom hållbart resande och digitala lösningar.

70 aktörer har medverkat i kompetenshöjande aktiviteter.

Kommunikation har skett via nyhetsbrev, sociala medier och direktkontakt. En extern utvärdering visar på god kommunikation, stark samverkan och stort värde i nätverk och erfarenhetsutbyte.

Projektet har delat marknadsföringsverktyg och erbjudit kurser inom bland annat digital marknadsföring och storytelling. Genom detta har projektet bidragit till ökad synlighet, lönsamhetspotential och konkurrenskraft. Engagemanget har varit högt – 75 % deltog i flera aktiviteter, och 90 % upplevde dem som givande. Projektet har lett till nya kontakter, konkreta idéer och stärkt samarbete i regionen.

Summary:

The project aimed to develop new, attractive, and sustainable travel reasons with a focus on design, art, and architecture. Through networking, collaboration, and combinations of new and existing products, the project has strengthened the competitiveness of small and medium-sized enterprises in the tourism sector.

By means of market-driven product development, digitalisation, and joint activities, experiences linked to culture, food, and nature have been made more visible.

The project has worked in close dialogue with stakeholders and municipalities, with the goal of

creating a stronger and more cohesive offering. Cross-border cooperation has been central to increasing accessibility, visibility, and collaboration.

The project has been jointly managed by Visit Värmland and Visit Greater Oslo, with regular follow-ups and steering group meetings.

The work has encompassed business and product development, sustainable mobility, digitalisation, and marketing – with design, art, and architecture as leading themes.

Through networking meetings, courses, study visits, and product testing, the project has supported businesses in the border region. Digital tools such as self-guided tours, 360-degree images, QR codes, and AR solutions have been tested to enhance experiences and accessibility. In Långban, a testbed for digital place-based experiences was developed.

In total, over 30 experiences have been packaged, several of which are cross-border. The products are linked to culture, art, food, and nature – many of them possible to experience through sustainable travel and digital solutions.

Seventy stakeholders have participated in capacity-building activities. Communication has taken place via newsletters, social media, and direct contact. An external evaluation shows good communication, strong cooperation, and high value in networking and exchange of experiences.

The project has shared marketing tools and offered courses in, among other topics, digital marketing and storytelling. Through this, the project has contributed to increased visibility, profitability potential, and competitiveness. Engagement has been high – 75% participated in several activities, and 90% found them rewarding. The project has resulted in new contacts, concrete ideas, and strengthened cooperation in the region.

Bakgrund

Projektet bygger på förstudien "Design og arkitektur som reiseutløser", som genomfördes gemensamt av Visit Värmland och Akershus Reiselivsråd under våren 2022. Förstudien visade tydligt att det finns en gemensam potential i gränsregionen för att utveckla reseanledningar kopplade till design, konst och arkitektur.

En inventering identifierade över 100 relevanta upplevelser och sevärdheter, vilket visar på ett starkt underlag för utveckling.

Målgruppen som efterfrågar dessa typer av upplevelser bedöms som köpstark och värderar hållbarhet, kvalitet och en helhet i besöket – där kultur, natur, måltider och boende samspelar.

Design, konst och arkitektur fungerar som säsongsoberoende reseanledningar, särskilt i kombination med naturturism och lokala matupplevelser. Hållbarhet och tillgänglighet är viktiga delar av erbjudandet, vilket skapar möjligheter att utveckla produkter för medvetna besökare som söker innehållsrika och genuina upplevelser.

Denna insikt låg till grund för projektets mål att skapa nya, attraktiva och hållbara reseanledningar i gränsregionen.

Mål, resultat och förväntade effekter

Projektet har bedrivits inom insatsområdet *En mer social gränsregion*, med särskilt fokus på det specifika målet *Hållbar kultur och turism*. Syftet har varit att främja kulturens och den hållbara turismens roll i ekonomisk utveckling, social delaktighet och social innovation. Genom att stärka gränsöverskridande nätverk och utveckla digital tillgänglighet har projektet skapat förutsättningar för hållbar tillväxt inom kultur, kreativitet och besöksnäring.

Projektets genomförda arbetspaket har konkret bidragit till dessa mål:

Kompetenshöjning och kunskapsöverföring:

70 aktörer från små och medelstora företag har deltagit i kompetenshöjande aktiviteter. Fokus har legat på paketering, värdskap, hållbarhet, digitalisering och AI. Deltagarna har också medverkat i studiebesök, workshops och nätverksträffar.

Produkt- och paketeringsutveckling:

Projektet har resulterat i 30 hållbara produkter, kopplade till kultur, konst, arkitektur och natur. Dessa upplevelser utgår från gränsregionens utbud och möjliggörs genom hållbart resande och digitala lösningar.

Digitalisering:

Projektet har genomfört flera insatser för att utforska och utveckla digitala möjligheter kopplade till konst, kultur och arkitektur. Self-guided tours har lanserats i Naturkartan, där digital information kopplas till kollektivtrafik och synliggör hur besökare kan upptäcka platser med hjälp av kollektivtrafik. Det har också gjorts en test med Caminacity, hvor nyeste teknologi inn AI v- har blitt testet ut.

I Långban har en testbädd genomförts i samarbete med Värmlands museum, där digital teknik använts för att förstärka upplevelsen av konst. En webbaserad AR-lösning har utvecklats tillsammans med lokala konstnärer, där konstverk aktiveras genom bildigenkänning i stället för QR-koder – vilket förbättrar användarupplevelsen.

Företag har också erbjudits AI-utbildningar som gett dem verktyg att effektivisera sitt arbete och förbättra gästupplevelsen.

Tillsammans visar insatserna hur digital teknik kan bidra till attraktionskraft, tillgänglighet och berättande kring platsens innehåll – för både besökare och lokalbefolkning.

Marknad:

Projektet har genomfört en bred satsning på att synliggöra och marknadsföra gränsregionens utbud inom konst, kultur, arkitektur och matupplevelser – både nationellt och internationellt. Genom press- och influenser resor, filmer och riktade kampanjer har gränsregionens upplevelser lyfts fram i olika kanaler.

Ett särskilt fokus har lagts på att nå researrangörer genom visningsresor, möten och lansering av en särskild Travel Trade-sida. Dessa insatser har visat hur paketerade upplevelser kan kombineras med hållbart resande och goda måltider – något som väckt intresse hos researrangörer.

Projektet har även stöttat aktörer med bild- och filmproduktion, webbutveckling och insatser i sociala medier. Kurser och föreläsningar har stärkt företagens kompetens inom digital marknadsföring och innehållsskapande.

Hållbar mobilitet:

Projektet har främjat hållbart resande till och inom regionen. Genom att lyfta fram kollektivtrafik, möjligheter att ta med cykel på buss, hyra elbil och ladda elfordon har projektet visat på klimatsmarta alternativ för besökare. Reseplaneringssidor har uppdaterats med tydligare struktur, och en webbaserad karta har tagits fram i samverkan med Värmlandstrafik. Den visar vilka besöksmål i Värmland som går att nå med kollektivtrafik. Genom riktade kampanjer har vi synliggjort möjligheten att resa kollektivt.

Vi har även valt att paketera våra produkter i Naturkartan, eftersom dess koppling till kollektivtrafik främjar klimatsmarta resor och möjliggör bättre planering av hållbara resor.

Projektorganisation

Projektet har genomförts i nära samverkan mellan svensk och norsk sida. Projektledningen har haft ett kontinuerligt och fungerande samarbete genom gemensam planering, regelbundna avstämningsmöten och styrgruppsmöten.

Ansvarsfördelningen har varit tydlig: den svenska parten har haft huvudansvar för rapportering, administration och samordning, medan den norska parten har haft ansvar för dokumentation och uppföljning av aktiviteter. Båda parter har varit delaktiga i planering och genomförande av projektets insatser.

Gränsöverskridande aktiviteter har planerats gemensamt, och vi har informerat och bjudit in varandra till aktiviteter inom respektive region. Detta har skapat ett ökat erfarenhetsutbyte och bättre förståelse för gränsregionens utbud inom konst, kultur och arkitektur.

Styrgruppen har fungerat som ett bollplank till projektledningen och haft en översiktlig roll i att följa upp projektets framdrift.

Bedrifter og organisasjoner som har deltatt på treff og i dialoger og har dermed fungert som referanserpunkter/gruppe og med det så har prosjektet ikke prioritert en egen referens- eller arbeidsgruppe. Däremot har projektet haft dialog med flera föreningar inom kulturella och kreativa näringar samt kulturansvariga i kommuner. Dessa kontakter har varit värdefulla för att sprida information och fånga upp lokala perspektiv och kunskap.

Den gränsöverskridande samverkan har präglats av öppenhet och delaktighet, vilket lagt en god grund för fortsatt samarbete även efter projektets slut.

Indikatorer

Enligt beslut	Uppfyllt	Kommentar
50 företag som får stöd genom projektets aktiviteter	Ja	Avser aktörer som erhållit stöd genom insatser med extern kompetens
50 företag som får icke-ekonomiskt bidrag genom kompetenshöjande insatser ledda internt	Ja	Samma aktörer som ovan, redovisade enligt indikatorns definition
20 kulturplatser och turistmål som får stöd	Ja	Stöd genom synliggörande, utveckling och marknadsinsatser
15 organisationer som samarbetar över gränserna	Nej	Aktiviteter har genomförts, men formella samarbeten har inte etablerats

Projektet har totalt redovisat 70 aktörer som deltagit i projektets aktiviteter.

Många av dessa har fått stöd genom insatser med extern kompetens, såsom AI-utbildningar, digital marknadsföring, paketering samt studieresor.

Flera av samma aktörer har även deltagit i kompetenshöjande och produktutvecklande aktiviteter ledda av projektledningen – exempelvis värdschap, rådgivning och workshops. På så sätt har vi, i enlighet med beslutet, uppfyllt båda indikatorerna.

Vi har även uppfyllt målet för indikatorn “Antal kulturplatser och turistmål som får stöd” genom att synliggöra och utveckla besöksmål via bland annat self-guided tours i Naturkartan, samt genom paketering och marknadsinsatser.

När det gäller indikatorn “*Organisationer som samarbetar över gränserna*” har vi arbetat aktivt för att främja samverkan genom exempelvis workshops och paketering av gränsöverskridande produkter. Trots dessa insatser har det inte resulterat i att organisationer på egen hand inlett formella samarbeten. Därför kan vi inte tillgodoräkna oss hela indikatorn. Detta är ett område där projektets resultat inte helt nått upp till målet, trots de insatser som har gjorts för att främja samverkan.

Vi har haft en ambition att skapa ytterligare kontakter, bland annat genom att bjuda in norska aktörer till evenemanget Formrundan med förhoppningen att inspirera till ett liknande initiativ i gränsregionen.

Gränsöverskridande mervärde

Projektet har bidragit till ökad samverkan mellan besöksnäringen och kreativa näringar på båda sidor om den svensk-norska gränsen.

Genom gemensamma aktiviteter såsom studieresor, visningsresor och andra kompetenshöjande insatser har deltagarna inte bara knutit nya kontakter, utan även delat erfarenheter, inspirerats av varandras verksamheter och tillägnat sig ny kunskap.

Det gränsöverskridande utbytet har resulterat i nya paketerade upplevelser som involverar aktörer från både Sverige och Norge. Dessa samlade insatser har bidragit till en gemensam reseanledning och ett bredare utbud för besökare i regionen.

Förutom nya produkter har samarbetet också lett till konkreta affärsförbindelser – till exempel har Rackstadsmuseet i Arvika, som ett direkt resultat av kontakterna inom projektet, valt att köpa in lokalproducerat glas från Magnor Glasverk i Norge. Det är ett tydligt exempel på hur det fördjupade samarbetet över gränsen skapar nya affärsmöjligheter och stärker regionens samlade attraktionskraft.

Samverkan har även bidragit till en ökad förståelse för gemensamma styrkor och utmaningar, och lagt grunden för fortsatt samarbete i regionen bortom projektets ramar.

Även om många av projektets aktiviteter varit digitala, så har det varit en utmaning att få aktörerna att avsätta restid, då det blir lite längre resväg när vi ska ses fysiskt.

Hållbarhetskriterier

Miljöperspektivet har varit en central del i vårt arbete. I samarbete med Värmlandstrafik har vi tagit fram en karta över besöksmål som nås med kollektivtrafik. Denna underlättar klimatsmarta resval och främjar en hållbar mobilitet.

Hållbara transporter har även integrerats i både paketering och kommunikation. Genom föreläsningar har vi bidragit till att öka kunskapen om miljövänliga alternativ inom besöksnäringen.

Dessutom är reseanledningen utformad för att vara säsongsoberoende. Det stärker de deltagande företagens konkurrenskraft, främjar ekonomisk hållbarhet och bidrar till att sprida ut besökarna över hela året.

Vi har återbrukat tidigare producerat material genom att återanvända kampanjer i SoMe och publicerat influenserinlägg i form av tillbakablickar. Genom att arbeta med befintligt material minskar vi resursförbrukningen, vilket bidrar till en mer hållbar och effektiv kommunikation.

Jämställdhet har prioriterats genom konkreta insatser. Vi har genomfört en fördjupad utbildningsserie som ökat vår kunskap om jämställdhet, diskriminering och härskartekniker. Utbildningen har lett till reflektioner och samtal i styrgruppen.

Allt kommunikationsmaterial har tagits fram enligt [Schyst konceptet](#).

Mångfald och inkludering har stärkts genom att vi skapat öppna och tillgängliga aktiviteter, både fysiskt och digitalt. Vi har lyft fram kulturell mångfald i våra reseanledningar, bland annat genom konst, mat och lokalt värdskap.

Den gränsöverskridande visningsresan har också bidragit till ökad förståelse och samverkan över gränser – kulturellt såväl som geografiskt.

Sammanfattningsvis har projektet arbetat praktiskt och strategiskt med att väva in hållbarhetsaspekterna i varje del – från planering och samverkan till utveckling och spridning.

Information/ Kommunikation

Projektet har haft en aktiv och löpande kommunikation med företag, kommuner och andra aktörer. Detta har skett genom inbjudningar, företagsbesök, mejlutskick, telefonsamtal och nyhetsbrev. Projektet har också syns i Visit Värmlands nyhetsbrev, på LinkedIn samt i en särskild

Facebookgrupp för besöksnäringen. Kommunerna har informerats via digitala och fysiska möten samt riktade utskick.

Via destinationsenes webbplatser, samt våre felles Norway-sweden webbplats, har upplevelser och roadtrips kopplade till projektet paketerats som inspirerande artiklar. På svensk sida finns en särskild företagssida som har lyft projektets aktiviteter och resultat. I all extern kommunikation har projektets koppling till Interreg Sverige–Norge tydliggjorts, med logotyper och information om hur projektet finansierats.

En bred kommunikationssatsning har genomförts nationellt och internationellt. Genom press- och influenser resor, filmer och kampanjer har regionens utbud inom konst, kultur och arkitektur lyfts fram. Tidigare producerat material har återanvänts i sociala medier för att minska resursförbrukning och stärka hållbarheten.

Projektet har också stöttat enskilda aktörer med bild- och filmproduktion och synlighet i sociala medier. Genom kurser och föreläsningar har företagens kunskap inom digital marknadsföring och innehållsproduktion stärkts – vilket bidrar till ökad synlighet och affärsutveckling.

En extern utvärdering visar att kommunikationen fungerat väl och har varit uppskattad av deltagande aktörer. Många lyfter särskilt fram värdet av nätverk, erfarenhetsutbyten och tydlig projektinformation.

Förankring av projektets resultat och effekter

Projektet har bidragit till att etablera design, konst och arkitektur som tydliga reseanledningar i gränsregionen. Genom att koppla samman dessa med natur- och måltidsturism skapas förutsättningar för en starkare besöksnäring, förlängd säsong och ökad attraktionskraft.

Genom digitala och hållbara lösningar har vi gjort utbudet mer tillgängligt och lättare att uppleva på ett klimatsmart sätt. Ett konkret resultat är lanseringen av self-guided tours i Naturkartan, där platsens berättelser kopplats till hållbart resande. Vi kommer att fortsätta utveckla innehåll i verktyget samt paketera fler upplevelser i artikelform och via naturkartan på webben.

Insatserna har skapat engagemang och samverkan bland aktörer i regionen, vilket ger en god grund för vidare nätverk och långsiktiga samarbeten. Ett exempel är det fortsatta arbetet med *Formrundan* tillsammans med Svensk Form Värmland – ett evenemang som lyfter fram aktörer inom design, hantverk och arkitektur.

Den gränsöverskridande visningsresan inom projektet har lett till nya kontakter med researrangörer och lagt grunden för samarbeten som kan bredda marknaden och locka nya besökare till gränsregionen.

Vi har även haft kontakt med andra Interreg-projekt, deltagit i möten och tagit del av deras erfarenheter. Det har gett värdefulla perspektiv och inspiration till fortsatt utveckling.

Sammantaget ser vi att projektets resultat integreras i ordinarie verksamhet och att arbetet med digitalisering, hållbar mobilitet och paketering fortsätter. Det lägger en stabil grund för att de långsiktiga målen i beslutet om stöd ska kunna uppnås och ge effekt över tid.

Aktiviteter och ekonomi

Affärsutveckling:

Inom arbetspaketet affärs- och produktutveckling har vi stöttat utvecklingen av hållbara kulturupplevelser genom paketering, studiebesök, utbildningar och inspiration. Nya produkter har tagits fram och testats, ofta i samverkan över gränsen. Vi har arrangerat kompetenshöjande aktiviteter inom bland annat prissättning/paketering, värdskap och digital kommunikation. Genom nätverksträffar, studieresor och omvärldsbevakning har vi främjat erfarenhetsutbyte och platsutveckling, där både arkitektur, kultur och hållbarhet haft en central roll.

Inom arbetspaketet affärsutveckling har större delen av budgeten upparbetats.

Endast två planerade aktiviteter uteblev – studiebesök till Arvika och till evenemanget Formrundan. Det låga deltagandet saknar tydlig förklaring, men små företags begränsade möjlighet att avsätta tid kan vara en orsak. Detta har dock inte haft någon nämnvärd påverkan på projektets ekonomi.

Marknad:

Inom arbetspaketet marknadsföring har vi lyft fram konst, kultur, mat och arkitektur genom kampanjer, press- och influenser resor samt produktion av film- och fotomaterial. Innehållet har återbrukats i sociala medier för att skapa kontinuitet och räckvidd.

Vi har genomfört visningsresor både på svensk och norsk sida, samt en gemensam gränsöverskridande resa för nationella och internationella researrangörer. På svensk sida har vi också lanserat en särskild Travel Trade-sida för att underlätta för professionella reseaktörer att hitta information och paketera erbjudanden.

Dessa insatser har kompletterats med riktade aktiviteter för att skapa intresse och bygga relationer med researrangörer.

Genom föreläsningar och kurser har vi även stärkt aktörernas kunskap inom digital marknadsföring och storytelling, med fokus på hur upplevelser kan kommuniceras i kombination med hållbart resande och måltidsupplevelser.

Budgeten för marknad har i stort sett upparbetats.

Hållbar mobilitet:

Inom arbetspaketet hållbar mobilitet har vi synliggjort hur man kan resa klimatsmart genom att lyfta kollektivtrafik, möjligheten att ta med cykel på buss, hyra elbil och ladda elfordon.

Genom kampanjer, digitala kartverktyg och samarbeten med bl.a. Värmlandstrafik har vi gjort det enklare för besökare och lokalbor att planera hållbara resor till våra besöksmål.

Vi har deltagit i seminarier kring framtidens mobilitet och genomfört ett studentprojekt med fokus på att utveckla en digital reseplanerare.

Vi har också testat digitala verktyg, self-guided tours och marknadsfört hållbara resealternativ via webb och sociala medier.

Vi har inte upparbetat hela budgeten inom arbetspaketet, främst tack vare kostnadseffektivt genomförande. Genom samarbete med Värmlandstrafik och med stöd av studenter har vi kunnat nå flera av målen till en lägre kostnad än planerat.

Digitalisering:

I arbetet med self-guided tours använder vi Naturkartans verktyg för att producera digitala guider

som bäddas in på vår webb. Denna lösning gör det möjligt för besökare att uppleva innehållet i sin egen takt, samtidigt som kopplingen till kollektivtrafik främjar ett mer hållbart resande.

Vi har erbjudit kurser och workshops inom AI, Google Business och QR-koder, samt testat 360-bilder hos utvalda aktörer. Detta för att öka tillgängligheten i de miljöer som inte alltid är möjliga att besöka.

En chattbot har implementerats på visitvarmland.com för att hjälpa besökare att hitta upplevelser inom konst, kultur och mat.

Digitala kartlager till evenemanget Formrundan har tagits fram i samverkan med Svensk Form Värmland och vi har deltagit i omvärldsbevakning via branschträffar och AI-konferenser.

I samarbete med Värmlands museum har vi genomfört en testbädd i Långban – en plats som valdes för sina goda samverkansmöjligheter och för att den är bemannad, vilket möjliggör både genomförande och kvalitetssäkring.

Syftet har varit att utforska hur digital teknik kan förstärka upplevelsen av konst, genom att utveckla en augmented reality (AR)-baserad lösning kopplad till lokala konstnärers verk. Vi har identifierat lämpliga konstverk och tagit fram en webbaserad lösning som inte kräver appinstallation, vilket gör upplevelsen mer tillgänglig för besökare.

Projektet har skett i nära samarbete med konstnärerna för att säkerställa rättigheter, och personal på plats har förberetts för att kunna stötta besökare vid behov – en viktig del för att säkra kvaliteten. Vi har också vidareutvecklat tekniken genom att ersätta QR-koder med bildigenkänning, vilket förbättrat användarupplevelsen. Lösningen bedöms vara skalbar och användbar för andra museer, offentliga miljöer och evenemang.

Hela budgeten har inte upparbetats inom arbetspaketet. Dels för att vi har arbetat kostnadseffektivt och nått flera mål till en lägre kostnad än planerat. Den främsta orsaken är dock att en pågående upphandling av webbutveckling inte löpte ut under projektiden, vilket innebär att ytterligare inköp inte kunde göras utan att överskrida upphandlingsgränsen.

Resurs andel fördelad mellan arbetspaketen

- Affärsutveckling: ca 20 %
- Digitalisering: ca 35 %
- Marknadskommunikation: ca 20%
- Hållbar mobilitet: ca 25 %

Förslag och idéer

Det finns ett starkt intresse bland aktörer att fortsätta utveckla nätverk och bygga långsiktiga samverkansstrukturer efter projektets slut. Det visar att projektet har lagt en stabil grund för fortsatt gränsöverskridande samarbete inom besöksnäringen. För närvarande finns inga konkreta idéer om ett nytt projekt, men vi arbetar vidare med de verktyg, metoder och relationer som etablerats under projektiden. På sikt kan detta lägga grunden för framtida gemensamma initiativ.

Datum, Ort,

250819 Karlstad

Rapporterat av svensk projektledare

Jessica Carlsson

Visit Värmland

Dato, Sted

250822 Romerike

Rapportert av norsk prosjektleder

Ninni Tranum

Visit Greater Oslo/Akershus Reiselivsråd