

Redovisning av enkätundersökning bland arbetslivsmuseer i Västra Götaland



2006-11-15

Innovatum Kunskapens Hus AB i samarbete med Föreningen Bevara Repslagarbanan

Innehåll

Inledning	3
Urval och utskick.....	4
Svarsfrekvens och representativitet.....	5
Sammanfattning av enkäten.....	6
Bakgrund och struktur	6
Turism och marknadsföring.....	7
Besök	9
Nätverk och kontakter	12
Skolan.....	13
Kommuner	14
Reflektioner	16
Bilaga 1: Enkätfrågor.....	18
Bilaga 2: Svarande.....	22

Inledning

Ett arbetslivsmuseum är enligt svensk författningssamling "[...] sådan verksamhet som har till syfte att bevara och gestalta en arbetsplats kulturhistoriska värden, såväl fysiska som immateriella, inom privat eller offentlig sektor och som är eller avses att bli tillgänglig för allmänheten." (SFS 2000:1078).

Arbetslivsmuseerna har stor betydelse för bevarandet och förmedlingen av industrisamhällets kulturarv och utgör en alltmer betydande grupp bland våra svenska turistmål. Förutsättningarna för arbetslivsmuseernas existens är dock inte desamma som för andra museer i Sverige. De drivs ofta ideellt och med små ekonomiska resurser.

Enligt riksorganisationen ArbetSam finns idag 1360 arbetslivsmuseer i Sverige. Ca 14 % finns i Västra Götaland. Våren 2006 genomförde **Innovatum Kunskapens Hus**, i samarbete med **Föreningen Bevara Repslagarbanan**, en enkätundersökning bland dessa arbetslivsmuseer.

Innovatum Kunskapens Hus är ett Science Center med inriktning mot teknik, media, design och industrihistoria. Innovatum finns på Nohabs gamla industriområde i Trollhättan och arbetar med interaktiva metoder kring teknik och industrisamhällets förändring. Verksamheten har ett regionalt industrihistoriskt uppdrag som bland annat innebär att utarbeta strategier för att stärka arbetslivsmuseernas ställning. I uppdraget ingår också att tillsammans med Forsviks industriminnen och Textilmuseet driva den regionala industrihistoriska webbplatsen "Operation - upptäck din nära historia".

Föreningen Bevara Repslagarbanan bildades när Carlmarks gamla repslagarbana i Älvängen var på väg att rivas i början av 1990-talet. Föreningen ansvarar för anläggningens drift och har återställt byggnad och maskiner. När Repslagarmuseet är öppet sker alltid repslagning. Föreningens regionala uppdrag är att arbeta för att repslageriet brukas och bevaras samt ansvara för en regional organisering av arbetslivsmuseerna. Man ska också finna former för samarbete mellan dessa och andra museer, arkiv och bibliotek.

Syftet med enkätundersökningen var att göra en kartläggning av arbetslivsmuseerna i Västra Götaland och därigenom få svar på frågor som är viktiga i arbetet med de regionala uppdragen. Frågorna omfattade ett antal teman: Bakgrund och struktur, turism och marknadsföring, besök, nätverk samt kontakter med skola och kommun. Denna skrift redovisar och kommenterar resultatet av enkätundersökningen.

Malin Blomquist
Innovatum Kunskapens Hus AB

Urval och utskick

Enkäten skickades till 148 arbetslivsmuseer med känd adress eller kontaktperson. Adressuppgifterna hittades i riksorganisationen ArbetSams register, på museernas och kommunernas hemsidor samt i Västsvenska turistrådets besöksmålsdatabas. Vi känner till ytterligare ett fyrtiotal arbetslivsmuseer i regionen, men kunde i dessa fall inte hitta några kontaktuppgifter. Därmed hade knappt 80 % möjlighet att delta i enkätundersökningen.



Svarsfrekvens och representativitet

49 % av enkäterna, 73 st, kom tillbaka ifyllda, vilket är ett bra resultat. En jämförelse kan göras med en enkätundersökning till arbetslivsmuseer i hela Sverige som gjordes av Arbetets museum på uppdrag av Riksantikvarieämbetet år 2000 och där 27 % svarade.¹

Orsaker till den höga svarsfrekvensen kan vara närhet till, kunskap om och tidigare kontakt med Innovatum och/eller Repslagarmuseet. Avsändarna arbetar också på uppdrag av Västra Götalandsregionen och den avsiktsförklaring som formulerades i följebrevet, att enkätsvaren kunde hjälpa oss att hitta metoder för att stödja och uppmärksamma arbetslivsmuseerna, kan ha motiverat flera att svara.

Maritimt/sjöfart, kommunikation/transport och industri är branscher som är väl bevarade av arbetslivsmuseerna i Västra Götaland. Dessa kategorier utgör mer än hälften av svaren. Detta visar å ena sidan att dessa branscher är stora i regionen, men också att många yrken/branscher är underrepresenterade bland arbetslivsmuseerna.

34 av regionens 49 kommuner finns representerade bland enkätsvaren. Bland de 15 övriga kommunerna finns endast uppgift om arbetslivsmuseer i sju, se nedan.

Representerade kommuner och antal svar/antal kända arbetslivsmuseer

Ale	2/2	Karlsborg	2/4	Strömstad	1/3
Alingsås	4/8	Lerum	2/4	Tanum	1/5
Bengtstors	3/6	Lilla Edet	1/3	Tibro	1/1
Borås	2/8	Lysekil	1/3	Tidaholm	1/4
Dals-Ed	1/1	Mariestad	1/4	Tjörn	1/3
Falköping	4/7	Mark	3/4	Tranemo	1/1
Grästorp	1/1	Mellerud	2/2	Uddevalla	2/6
Göteborg	10/<30	Orust	1/10	Vara	2/4
Götene	2/2	Skara	2/3	Vänersborg	2/4
Herrljunga	1/3	Skövde	4/6	Åmål	2/5
Härryda	1/1	Sotenäs	2/7	Öckerö	2/2

Uppgift om arbetslivsmuseer i ej representerade kommuner

Bollebygd	0	Partille	1
Essunga	1	Stengungsund	0
Färgelanda	1	Svenljunga	0
Gullspång	0	Trollhättan	4
Hjo	1	Töreboda	0
Kungälv	0	Ulricehamn	0
Lidköping	2	Vårgårda	0
Mölnadal	4		

51 % av enkäterna kom *inte* tillbaka, vilket kan ha flera förklaringar. Bristande tid eller intresse att svara på enkätundersökningar är vanligt förekommande. Vi vet heller inte med säkerhet om alla enkäter nått fram till någon som kunnat svara på frågorna.

¹ Burell, Birgitta., *Man måste vara lite tokig, En undersökning av arbetslivsmuseernas villkor och engagemang*, Riksantikvarieämbetet 2001. Enkätundersökning bland 595 av landets arbetslivsmuseer, med utgångspunkt i Arbetets museums då upparbetade adressregister. Undersökningen omfattade även intervjuer vid tolv arbetslivsmuseer med geografisk spridning.

Sammanfattning av enkäten

Enkäten var uppbyggd kring följande teman:

- Bakgrund och struktur
- Turism och marknadsföring
- Besök
- Nätverk och kontakter
- Skolan
- Kommuner

Nedan redovisas och kommenteras resultatet av enkätundersökningen. Se bilaga I för detaljerade frågor och svarsalternativ.

Bakgrund och struktur

Driftsform

Majoriteten av arbetslivsmuseerna drivs som en förening, vilket sammanfaller med tendensen i Sverige som helhet.² I övrigt är fördelningen relativt jämn mellan stiftelser, företag, privata aktörer och kommunalt eller statligt drivna arbetslivsmuseer. Två museer anger "annan driftsform".

Förening	63 %
Stiftelse	9 %
Företag	8 %
Privat	9 %
Kommunalt eller statligt	7 %

Ursprung

Många museer har också sitt ursprung i en förening, och hembygdsrörelsen står för en betydande andel. Flera företag samt några studiecirkelar ligger också bakom arbetslivsmuseer. Det vanligaste svaret är dock "annat ursprung" och det är ofta en enskild entusiast, oorganiserad grupp, klubb eller ett projekt. Detta bekräftar bilden att arbetslivsmuseer ofta uppstår spontant med utgångspunkt i ett speciellt intresse eller som en "räddningsaktion" då något ska rivas, skrotas eller säljas. Först senare uppstår en organisationsform. Länsmuseum, hemslöjdskonsulenterna och försvaret är också exempel på initiativtagare, men dessa tillhör undantagen. Åtta svarar inte på frågan.

Hembygdsförening	21 %
Annan förening	5 %
Företag	15 %
Studiecirkel	4 %
Annat	41 %

² Burell, Birgitta

Startår

Större delen av Sveriges arbetslivsmuseer har vuxit fram i spåren av industrisamhällets förändring under 1980- och 1990-talet. När exempelvis en fabrik lagts ned har f d anställda, ortsbor eller andra intresserade valt att dokumentera, samla in och visa företagets utveckling och öde. Men även verksamheter som ännu lever och är under utveckling får då och då ett museum, på eget initiativ eller gamla anställdas. Ibland kan ett museum utgöra en del i marknadsföringen av ett företag.

Drygt hälften av de svarande museerna i Västra Götaland har startats under just 1980- och 1990-talet, men många är också äldre. Arbetslivsmuseernas framväxt tycks heller inte avstanna, även om den minskar.

1980 eller tidigare	36 %
1981-1990	29 %
1991-2000	25 %
2001 eller senare	10%

Flera av de äldsta museerna drivs av hembygdsföreningar, men här finns också de järnvägshistoriska föreningarna, de försvarshistoriska museerna, några ångfartygs- och båtföreningar samt Göteborgs remfabrik och Klädesholmens museum. Dessa arbetslivsmuseer representerar äldre verksamheter som i flera fall drabbades av nedläggningar under 1960-80-talet. De har i ett tidigare skede blivit föremål för museibyggnade.

Om man bortser från tiden före 1985 är det ingen bransch som utmärker sig under någon tidsperiod. Det är alltså svårt att skönja trender i museibyggnandet i förhållande till regionens övergripande industriella förändring. Det skulle vara intressant att göra närmare studier av arbetslivsmuseerna för få veta varför de uppstod vid en viss tidpunkt.

Turism och marknadsföring

Olika sätt att marknadsföra sig på

De flesta arbetslivsmuseer marknadsför sig på flera olika sätt. Oftast anges mer än ett svarsalternativ. Vanligast är en broschyr eller affisch och en hemsida. En mindre andel uppger att de finns med i Västsvenska turistrådets databas på www.vastsverige.com som presenterar alla typer av besöksmål i regionen. I verkligheten är antalet registrerade arbetslivsmuseer något fler, men kunskapen om att informationen finns här kanske saknas eftersom det är turistbyråerna som lägger upp den. Ännu saknas dock många arbetslivsmuseer i databasen.

Broschyr/affisch	78 %
Hemsida	73 %
Databas	26 %
ArbetSam	48 %
Annat	33 %

Nästan hälften marknadsförs via riksorganisationen ArbetSam, bl a i den årliga katalogen "Arbetsamma museer" och på organisationens hemsida.

En tredjedel de svarande museerna anstränger sig också för att visa upp sig på andra sätt. Man sätter ut annonser, säljer en produkt, håller publika möten, gör specialinbjudningar, har egna medlemsblad eller tidskrifter, jobbar med skyltning, deltar i turistmässor och samarbetar med bussbolag. Men trots denna kreativitet är inte marknadsföring ett problemfritt område. "Marknadsföring är dyrt och svårt och inte så enkelt för en ideell förening", påpekar ett museum. "Vi önskar få veta mera om marknadsföring", skriver ett annat.

Ett museum svarar att man inte marknadsför verksamheten. Ibland kan museerna fungera bättre med en lite mindre besöksskara, framförallt om personalstyrkan är liten och ambitionerna mindre. "Vi har nått det ideala taket, vi behöver ingen mer marknadsföring", skriver ett annat museum.

Kontakt med turistbyråerna

Då turistbyråerna utgör en central plats när det gäller marknadsföring av besöksmål ställdes frågan om hur kontaktvägarna ser ut mellan dessa och arbetslivsmuseerna. 30 % uppger att kontakt tas i båda riktningar. Fler får dock själva informera om sin verksamhet och en fjärdedel har ingen eller endast sporadisk kontakt med turistbyrån. Endast sex museer kan lägga fokus på annat och invänta påringningar eller besök från turistinformatörerna. I många kommuner finns alltså brister i kontakten och därmed informationen om arbetslivsmuseerna. Om detta beror på att turistbyråerna har litet intresse för andra verksamheter än de stora turistmagneterna eller om det är arbetslivsmuseerna själva som inte berättat att de finns varierar troligen. Det är dock många arbetslivsmuseer som önskar sig mer uppmärksamhet.

Kontakt i båda riktningar	30 %
Museet tar kontakt	38 %
Turistbyrån kontaktar	8 %
Ingen/sporadisk kontakt	23 %

Webbplatsen "Operation –upptäck din nära historia"

Innovatum Kunskapens Hus driver tillsammans med Forsviks industriminnen och Textilmuseet en industrihistorisk webbplats på uppdrag av Västra Götalandsregionen. "Operation - upptäck din nära historia" berättar om arbetslivsmuseer och andra miljöer, visar filmer och bilder, berättar spännande levnadsöden och ger information om industrisamhällets historia till turister och andra intresserade. Här kan arbetslivsmuseerna få hjälp att marknadsföra sig gratis. Webbplatsen lanserades vid TUR-mässan i Göteborg i mars 2005 och information har gått ut till arbetslivsmuseerna. I enkäten ställdes frågan om huruvida man uppmärksammat den.

Svaren visar att "Operation - upptäck din nära historia" inte har blivit så känd ännu. 67 % har inte tittat närmare på webbplatsen och förutom brister i informationen kan orsaken vara avsaknad av kunskap eller intresse för Internet. I dagsläget är det också svårt att hitta webbplatsen om man inte har den exakta adressen, utan söker efter den via turistrådets huvudsida. Den mindre grupp som uppmärksammat "Operation - upptäck din nära historia" är dock väldigt bred, det handlar inte uteslutande om större museer där det finns yngre eller IT-kunnig personal, utan det är lika ofta små ideella museer med en högre medelålder. Tre museer svarar inte på frågan.

Innovatum Kunskapens Hus, Forsviks industriminnen och Textilmuseet har vid flera tillfällen informerat om webbplatsen, i brev till arbetslivsmuseerna, på TUR-mässan, vid seminarier och informationsmöten samt vid museibesök. Enkätsvaren visar att information har nått fram på dessa sätt, men hälften ger inget svar på frågan om hur de hört talas om webbplatsen. Två stycken har hittat sidan av en slump.

Besök

Öppettider

Säsongsverksamhet är vanligt förekommande bland arbetslivsmuseer. I den nationella enkätundersökningen³ svarade mer än hälften att museet endast är öppet under sommarhalvåret eller turistsäsongen. 30 % av de svarande arbetslivsmuseerna i Västra Götaland koncentrerar sitt öppethållande till denna period. En mindre grupp tar emot förbokade besök under hela året, medan en femtedel endast tar emot besökare under vissa dagar/helger. Det förekommer också kombinationer av olika svarsalternativ där det vanligaste är att man öppnar för spontana besök under sommaren, men endast tar emot bokningar under resten av året.

Året runt, för bokningar och spontana besök	42 %
Året runt för bokade besök	15 %
Vissa dagar/helger för spontana och bokade besök	16 %
Vissa dagar/helger för bokade besök	3 %
Sommarhalvåret för spontana och bokade besök	26 %
Sommarhalvåret för bokade besök	4 %

Året runt-öppet är alltså ovanligare enligt den rikstäckande undersökningen, men i vår studie svarar 42 % att de har öppet året runt för både bokningar och spontana besök. Tittar man närmare ser man dock att de svarande lägger olika betydelse i detta svarsalternativ. Några har bestämda öppettider, men kommer någon förbi när det är stängt och personalen är på plats öppnas museet då också. Några fartyg och järnvägshistoriska föreningar ingår också i denna grupp. Dessa kör enligt en turlista, men båtarna och tågen kan troligen också beskådas när de står stilla. Övriga med året runt-öppet är museer som drivs helt eller delvis med stöd av kommunen eller försvaret. Ett museum är kopplat till ett företag och dess öppettider.

Ett museum svarar inte på frågan. De personella resurserna är naturligtvis viktiga i sammanhanget, men tyvärr gjordes misstaget att inte fråga om detta i enkäten.

³ Burell, Birgitta

Antal besökare 2005

40 % av arbetslivsmuseerna i Västra Götaland hade mellan 1000-5000 besökare under 2005. Övriga hade både fler och färre. Fördelningen i tabellen nedan stämmer mycket väl överens med landet i övrigt.⁴ Åtta museer hade fler än 10 000 besökare, varav tre ligger över 25 000. Flest besökare hade Göteborgs maritima centrum.

Färre än 1000	19 %
1000-5000	40 %
5000-10 000	18 %
Fler än 10 000	11 %

Åtta museer, varav ett som inte fanns 2005, avstår från att svara på frågan och flera anger endast en uppskattad besöksiffra. Besöksantal kan framförallt vara viktigt om man är beroende av bidrag eller måste svara inför en ägare eller styrelse, något som inte gäller alla arbetslivsmuseer.

Förutom marknadsföring har det geografiska läget betydelse för antalet besökare. Det kan vara en fördel att befinna sig i eller nära en större stad, ett välkänt turistmål eller längs en väl trafikerad väg.

Besökstrend och ambitioner

Majoriteten av de svarande museerna upplever att besöksantalet håller sig på en konstant nivå. 22 % upplever dock en ökning. Ingen bransch dominerar bland dessa, men en något större andel museer finns i eller omkring Göteborg. Här finns också flertalet av de museer som startat under 2000-talet och som kanske upplever en tydligare ökning under de första åren. Men också några av de allra äldsta verksamheterna ökar, bland dessa Bäckefors hembygdsmuseum och Järnvägssällskapet Åmål-Årjängs Järnväg.

Minskning	12 %
Konstant	59 %
Ökning	22 %

En mindre, men inte obetydlig grupp arbetslivsmuseer menar dock att besöksantalet minskar. Dessa finns framförallt på små orter i kommuner där befolkningen i de flesta fall minskat på senare år. Majoriteten är också av äldre årgång med start 1985 eller tidigare och en bidragande orsak till det minskade besöksantalet kan kanske vara svårigheter att rekrytera nya eldsjälar som kan ta emot besökare.

Fyra stycken svarar inte på frågan, varav ett museum som startades först 2006.

85 % av de svarande önskar sig fler besökare, medan åtta stycken anser att de inte har plats eller resurser. Två anger inte önskemål.

⁴ Burell, Birgitta

Besökskategorier och önskemål

Arbetslivsmuseerna tar emot olika typer av besökare. Drygt hälften tar emot organiserade gruppresor. Det är inte ovanligt med samarbeten mellan arbetslivsmuseer och exempelvis bussbolag och det verkar vara ett populärt sätt att ta emot besökare på många önskar fler besök av denna sort. Välorganiserade och förbokade besök är naturligtvis det ultimata för det lilla museet som då kan förbereda sig och ge bästa service i fråga om personal, informationsmaterial och kanske fika eller mat.

Fyra av fem anger att de tar emot skolklasser och många vill också sprida kunskap till fler skolelever.

En annan vanlig besökskategori är branschfolk, vilket inte är konstigt med tanke på att arbetslivsmuseer ofta är uppbyggda kring en viss industri och/eller produkt. En tredjedel tar gärna emot fler sådana besökare.

Barnfamiljer kommer till en stor del av museerna och är också en önskvärd besöksgrupp hos många museer.

Även utländska besökare stannar till vid arbetslivsmuseer under sin resa genom Västra Götaland. Mer än hälften får besök av dessa och framförallt handlar det om tyskar, engelsmän, norrmän och danskar. Dessa kan också få ut mycket av besöket då språkkunskaperna är goda vid arbetslivsmuseerna. 66 % guidar på fler språk än svenska, varav i princip alla på engelska och 42 % på tyska. Även andra språk förekommer och många vill ha fler utländska besökare.

23 % svarar dessutom "Annat" och vill ytterligare precisera vilka som besöker museet. Här anges shoppare, föreningar, utbildningar och universitet, företag och organisationer, bröllop, arbetskamrater, vuxna, förbipasserande, enskilda, dansintresserade, pensionärer och medlemmar. Bland de önskemål som anges under "Annat" hittar vi flera av de ovanstående grupperna, men också kulturtjänstemän och politiker.

Fyra museer har inte angett besökskategorier eller önskemål, medan sex stycken har skapat ett eget svarsalternativ som önskemål – "Alla".

I tabellen nedan anges besöksgrupper och önskemål i procent, observera skillnaderna.

Tar emot		Önskar	
Skolklasser	62 %	Org. gruppresor	62 %
Org. gruppresor	58 %	Skolklasser	41 %
Utländska besökare	53 %	Utländska besökare	38 %
Branschfolk	47 %	Branschfolk	34 %
Barnfamiljer	37 %	Barnfamiljer	32 %
Annat	23 %	Annat	8 %

Besöksavgifter

83 % av de svarande arbetslivsmuseerna tar betalt för besöket, men vilka som får betala och hur mycket varierar. Exempelen sträcker sig från endast 10 kr för vuxna till högre och skilda summor för vuxna, barn, grupper och guidningar. Några tendenser kan dock skönjas.

Knappt hälften av dem som tar betalt har en särskild avgift för vuxna. Priset är oftast lågt, 58 % tar 50 kr eller mindre och de vanligaste biljettpriserna är 20 och 40 kr. Dyrare biljetter ligger på 50-80 kr. Ett fåtal museer tar ut mer, men då har priset ofta särskilda orsaker.

Många har gratis inträde för yngre besökare. Majoriteten av de 73 arbetslivsmuseer som svarat på enkäten erbjuder barnen en gratis upplevelse. Endast 38 % av dem som tar betalt har en barnbiljett. Hälften tar 20 kr eller mindre och det vanligaste priset är 10 kr.

Värt att notera är att en femtedel av arbetslivsmuseerna endast tar betalt för grupper och/eller guidningar. Denna typ av besök kräver mer service, vilket kan motivera en avgift. Priserna varierar kraftigt beroende på verksamhetens inriktning. Man bör veta att i den här kategorien finns de som enbart tar emot just grupper, t ex fartygföreningar som erbjuder chartrade turer.

Sju museer tar inte ut avgift, varav fem stycken drivs av en förening. De flesta anger dock att de gärna tar emot frivilliga gåvor. Övriga två är företag.

Fyra väljer att inte svara på frågan.

Nätverk och kontakter

Samarbete med andra arbetslivsmuseer/industrihistoriska verksamheter

25 % anger att de har sambeten med andra verksamheter inom samma bransch och 42 % svarar att de har samarbeten med andra arbetslivsmuseer/industrihistoriska verksamheter i sitt närområde. Enkätsvaren kommer från regionenes alla hörn och många har kryssat för båda alternativen utan närmare beskrivning, vilket gör det svårt att sortera svaren. Det enda som är tydligt är att det förekommer samarbeten inom de järnvägshistoriska och maritima branscherna och att man gärna håller ihop i kustområdet. Flera anger också samarbete med Repslagarmuseet och ArbetSam.

40 % uppger att de inte samarbetar med andra och sex stycken svarar inte på frågan.

Utåtriktad verksamhet

55 % bedriver någon form av utåtriktad verksamhet, sådant man gör utanför museet. De aktiviteter som anges är deltagande i nätverk, mässor, uppföljning i skolan efter besök, föreningsdagar, marknader, externa föreläsningar, föreningspresentationer, vandringsutställningar, hantverksdagar, festivaler och lokala evenemang, seglingsevenemang och stadsdelspromenader. Utåtriktad verksamhet är ett sätt för arbetslivsmuseerna att marknadsföra sig då det inte behöver utgöra några större kostnader utan kan genomföras med ideellt arbetande personal.

22 % svarar nej på frågan om utåtriktad verksamhet, medan 14 stycken väljer att inte svara. Frågan som ställdes var "Har ni utåtriktad verksamhet och i så fall vilken?" och krävde en beskrivning av den som svarade. Det räckte inte att bara kryssa för ett svarsalternativ. Kanske var frågan också svår att förstå.

Kontakt/samarbete med hembygdsföreningar

Drygt hälften av de svarande arbetslivsmuseerna ser ut att ha någon form av kontakt med hembygdsföreningar. Observera att några av svaren kommer från just hembygdsföreningar, då det visat sig att flera sådana driver arbetslivsmuseer. Hur kontakten ser ut är dock svårare att se eftersom många avstår från att ge en närmare beskrivning. De som svarar ger enkla svar som "sporadisk kontakt", "medlemskap", "goda relationer" och "vissa samarrangemang". Ett museum har representanter i hembygdsföreningens styrelse.

19 % anger att man saknar kontakt med hembygdsföreningar och i ett fall finns det ingen hembygdsförening i närheten. 20 stycken ger inget svar och precis som i den förra frågan krävdes en beskrivning av den som fyllde i enkäten. Det är osäkert om en annorlunda formulering av frågan hade gett mer matnyttiga svar, men liten kunskap om samarbeten gjorde det svårt att skapa exempelvis svarsalternativ.

Skolan

Är ni intresserade av att vara en resurs i skolundervisningen?

29 % svarar att man har samarbete med skolan som ett mål och lika många svarar att det redan finns ett samarbete. Flera av dessa anger båda svaren, vilket skulle kunna betyda att man vill utöka samarbetet.

Samarbete är ett mål	29 %
Samarbetar redan	29 %
Vill samarbeta, men saknar resurser	22 %
Inget intresse	14 %

Hur det befintliga samarbetet fungerar i detalj är inte helt klart, men som tidigare konstaterats tar många emot skolklasser. Vanligast tycks vara att läraren bokar ett besök med guidning, men även andra intressanta svar förekommer. Ibland förlägger lärare själva undervisning på museet, t ex på Klädesholmens museum och Medicinhistoriska museet i Vänersborg. Andra exempel är Öckerö hembygdsförening vars engagerade, bl a en f d lärare, följer upp besöken genom att t ex titta på skolarbeten som eleverna gör i anslutning till besöken. Horns tegelbruk sponsrar skolan med lera och flera fartygsföreningar har arrangerat lägerskolor.

Flera arbetslivsmuseer svarar att de är intresserade av att samarbeta med skolan, men saknar resurser. 14 % är dock inte intresserade och tre stycken svarar inte.

Innovatum Kunskapens Hus arrangerar årligen lärarfortbildningar, bl a inom området "Teknik, Människa, Samhälle". Här har t ex Repslagarmuseet deltagit och berättat om sin verksamhet och hur skolan kan använda museet i undervisningen. Inför framtida fortbildningsdagar vore det bra att veta vilka andra arbetslivsmuseer som skulle vara

intresserade av att delta, varför frågan ställdes i enkäten. 34 % kan tänka sig att vara med, medan 40 % tackar nej, inte sällan på grund av tidsbrist. 18 stycken svarar inte eller är osäkra.

Några kommentarer:

”Det är väldigt olika intresse hos olika lärare om att få ta del av vår kunskap. De senaste tre åren - svagt intresse”.

”Vi måste få in yngre förmågor i verksamheten, bl a i vår egen fortbildning”.

”Skolan intresserad av samarbete med när det kommer till förståelse för hemslöjd som industri inkl barnarbete och fråga om ekonomi så blir det inget mer. [...]”

”Har möjlighet att knyta ihop olika besöksmål –teman i undervisningen.”

”Har haft något besök från årskurs 4 och även yngre barn, men vi anser att de är för unga. De ser mest museet som en enda stor lekpark”.

”[...] Skolor som varit på besök kommer tillbaka med nya årskurser.”

Kommuner

Kommunerna är viktiga för arbetslivsmuseerna. Politiker och tjänstemäns kunskap och inställning till lokala föreningar påverkar verksamheten på flera plan. Det handlar dels om den uppskattning museet får för bidraget till den lokala besöksnäringen och historieskrivningen, dels om det ekonomiska stödet till drift och utveckling. Hur upplevs kommunernas inställning, kunskap och välvilja? De tillfrågade fick förhålla sig till fem påståenden.

Vi anses vara en tillgång / attraktion i kommunen

Majoriteten menar att deras verksamhet betraktas som en tillgång i kommunen, helt eller delvis, medan en mindre andel tycker att påståendet inte stämmer alls. Två ger inget svar.

Stämmer helt	48 %
Stämmer delvis	36 %
Stämmer inte alls	10 %

Kunskapen om vår verksamhet är god

Om de flesta museer verkar uppskattas, så är det sämre ställt med kunskapen om dem, i alla fall om man får tro arbetslivsmuseerna. Mer än hälften tycker att påståendet bara stämmer till viss del. 16 % anser att kommunen saknar kunskap om museet och fyra svarar inte.

Stämmer helt	18 %
Stämmer delvis	59 %
Stämmer inte alls	16 %

Kommunen stöttar aktivt vår verksamhet

De flesta svarar att kommunen i någon utsträckning stöttar verksamheten. En dryg fjärdedel menar dock att kommunen inte alls ger något stöd till verksamheten och tre svarar inte på frågan.

Stämmer helt	25 %
Stämmer delvis	49 %
Stämmer inte alls	22 %

Har ni sökt ekonomiskt bidrag från kommunen till er verksamhet och om ja, har ni erhållit ekonomiskt bidrag?

Om arbetslivsmuseerna tycker att det är lite svårt och så till med kommunernas kunskap och sätt att visa verbal uppskattning, så är det ekonomiska stödet något bättre. Nästan hälften har flera gånger sökt bidrag från kommunen, medan några har gjort det vid ett enstaka tillfälle. Tre verksamheter finansieras helt eller delvis av kommunen. Två ger inget svar och övriga 26 % svarar nej.

Flera gånger	44 %
En gång	10 %
Nej	26 %

Bland dem som sökt bidrag från kommunen har majoriteten har fått en eller flera ansökningar beviljade. Tre svarar inte på frågan, fast de sökt bidrag.

Flera gånger	48 %
En gång	8 %
Nej	4 %

Reflektioner

Utifrån enkätundersökningen skulle man kunna säga att det typiska arbetslivsmuseet i Västra Götaland startade som ett projekt 1985 eller tidigare och drivs idag som en förening. Museet har en broschyr, en hemsida, medlemskap i ArbetSam, uppvaktar den lokala turistbyrån och deltar på mässor, marknader samt vid lokala evenemang. Museet har framförallt öppet sommartid, men öppettiderna är lite flytande. Under 2005 hade man några tusen besökare och besökssiffran håller sig på en konstant nivå. Museet tar mest emot gruppresor, skolklasser, branschfolk och tyska turister. Inträdesavgiften för vuxna är 20-40 kr, men barn släpps in gratis. Museets aktiva deltar i nätverk och skulle gärna samarbeta mer med skolan, om det fanns resurser. Kommentarer visar också att det finns en oro för framtiden, framförallt när det gäller rekryteringen av nya ideella krafter.

Säkert känner många museer igen sig i beskrivningen ovan, men bilden stämmer långt ifrån in på alla. Under beteckningen arbetslivsmuseum inryms industrisamhällets alla branscher, även om flera sektorer, bl a offentliga sektorn, handel och annan service, är underrepresenterad. Museerna kan vara små eller stora, drivas av en eldsjäl eller många aktiva, ha få eller många besökare, vara kända turistmål eller okända smultronställen och ha mycket varierande ekonomiska förutsättningar. Bilden av det typiska arbetslivsmuseet är användbar i många sammanhang, men enkätundersökningen har visat vilka ytterligheter och variationer som finns och skapat just den kartläggning som var syftet. Med hjälp av resultaten kan ett effektivare och mer målinriktat arbete bedrivas för att stödja arbetslivsmuseerna i Västra Götaland. Några exempel:

Det finns brister i kontakten mellan arbetslivsmuseerna och turistnäringen. Mer information bör finnas på turistbyråerna och dessa måste också lägga ut och uppdatera uppgifter om museerna i databasen på www.vastsverige.com. Utveckling av "Operation – upptäck din nära historia" utgör också en viktig del i arbetet med marknadsföring mot turister.

Många arbetslivsmuseer vill ta emot fler organiserade gruppresor. Vilka samarbeten kan skapas och vilka kommersiella och turistiska aktörer kan vara intresserade?

Det finns ett intresse hos flera att samarbeta med skolan, men många arbetslivsmuseer vet inte hur eller med vilka medel detta ska genomföras. Arbetslivsmuseerna utgör en otrolig kunskapskälla och kan vara lämpliga som komplement till undervisning inom områden som historia, teknik, människa och samhälle. Kan kommunerna bidra med resurser, vilka kunskaper behöver finnas på arbetslivsmuseerna och hur kan kontakter med skolan underlättas?

Arbetslivsmuseerna efterlyser ett ökat engagemang från lokala politiker och tjänstemän. Hur kan vi öka kunskapen om det industrihistoriska arvet och dess möjligheter? Innovatum Kunskapens Hus, Forsviks industriminnen och Textilmuseet genomförde 2003 en enkätundersökning bland regionens kommuner där man efterfrågade vad som finns av industrihistoriskt värde i kommunen, vilka aktörer som arbetar med frågorna samt vilket intresse som finns av att utveckla arbetet med det industrihistoriska arvet. Undersökningen visade att kommunerna har vilja, ambition och kunskap, men brist på resurser, kompetens och sammanhang gör det svårt att utveckla området. Ökad dialog mellan parterna skulle

kanske kunna lösa några av de frågor som finns. Det är betydelsefullt att kunna tydliggöra den nytta som arbetslivsmuseerna gör, för turism, dokumentation, kunskapsöverföring och socialt.

Det arbete kring bevarande och levandegörande av industrisamhällets kulturarv som utförs av tusentals medborgare är fantastiskt. Utan detta engagemang skulle värdefulla minnen och kunskaper gå förlorade. Arbetslivsmuseerna har blivit Sveriges nya folkrörelse. På landsbygden likväl som i städerna hörs återigen hammarslag från tidigare förfallna och bortglömda smedjor och hundraåriga kvarnar får nytt liv. Skolbarn fascinerar av att själva lyckas slå ett eget rep. Allt detta är möjligt tack vare driftiga, kunniga och engagerade människor.

Bilaga I: Enkätfrågor

Bakgrund och struktur

Driftsform

- Förening
- Stiftelse
- Företag
- Privat
- Kommunalt

- Annat _____

Ursprung

- Studiecirkel
- Företag
- Facket
- Hembygdsrörelsen

- Annat _____

Verksamhetens start

- 1980 eller tidigare
- 1981-1985
- 1986-1990
- 1991-1995
- 1996-2000
- 2001 eller senare

Turism och marknadsföring

På vilket/vilka sätt marknadsför ni er verksamhet?

- Egen broschyr/affisch
- Egen hemsida
- Arbetslivsmuseernas samarbetsråd (ArbetSam)
- Databasen på www.vastsverige.com (Västsvenska turistrådet)

- Annat sätt _____

Hur fungerar kontakten med er turistbyrå/turistinformation? Möjligt att välja flera svar!

- De kontaktar oss regelbundet för att få information om vår verksamhet
- Vi kontaktar dem och lämnar information om vår verksamhet
- Vi har ingen kontakt med turistbyrå/turistinformationen

- Annat _____

Har ni uppmärksammat den industrihistoriska webbplatsen "Operation – upptäck din nära historia"?

- Ja Nej

Om ja, vad tycker ni om webbplatsen? _____

På vilket/vilka sätt har ni fått information om "Operation – upptäck din nära historia"?

- Via brev
 Från turistbyrå/turistinformationen
 Hittade webbplatsen av en slump
 Annat sätt _____

Plats för kommentarer ang. turism och marknadsföring:

Besök

Öppettider

- Året runt, för bokningar och spontana besök
 Vissa dagar/helger, för bokningar och spontana besök
 Vissa dagar/helger, enbart för bokade besök
 Sommarhalvåret för bokningar och spontana besök
 Sommarhalvåret, enbart för bokade besök
 Annat _____

Ungefär hur många besökare hade ni under 2005? _____

Hur ser besökstrenden ut hos er?

- Ökning Konstant Minskning

Vilka är era besöksgrupper?

- Barnfamiljer
 Organiserade gruppresor, t ex bussresor
 Branschfolk
 Skolklasser
 Utländska besökare, vanligaste länder _____
 Annat _____

Önskar ni fler besökare?

- Ja Nej, har inte plats/resurser

Om ja, vilka besökare skulle ni vilja ha fler av?

- Barnfamiljer
 Organiserade gruppresor, t ex bussresor
 Branschfolk
 Skolelever
 Utländska besökare
- Annat _____

Guidar ni på andra språk än svenska?

- Ja, språk _____ Nej

Vad kostar ett besök hos er?

Vuxen _____kr Barn _____kr Grupp _____kr Guideavgift _____kr

Fler alternativ _____

Plats för kommentarer ang. besök:

Nätverk och kontakter

Samarbetar ni med andra arbetslivsmuseer/industrihistoriska verksamheter?

- Ja, i närområdet Ja, inom samma bransch Nej

Om ja, ange gärna vilka museer/verksamheter:

Har ni utåtriktad verksamhet och i så fall vilken? Här menas verksamhet utanför museet, t ex deltagande i mässor, hantverksdagar, skolbesök m.m.

Vilken kontakt/samarbete har ni med hembygdsföreningar?

Skolan

Är ni intresserade av att vara en resurs i skolundervisningen?

- Ja, det är ett mål Ja, men vi saknar resurser Nej

- Vi samarbetar redan med skolan. Hur?

Innovatum Kunskapens Hus arrangerar årligen lärarfortbildningar. Är ni intresserade av att delta i någon av dessa för att visa hur skolan kan använda er verksamhet i undervisningen?

- Ja Nej

Plats för kommentarer ang. skolan:

Kommuner

Nedan följer några frågor kring hur ni upplever uppmärksamheten från er kommun (beslutsfattare och tjänstemän). Hur väl stämmer påståendet med er?

Vi anses vara en tillgång / attraktion i kommunen

Stämmer helt Stämmer delvis Stämmer inte alls

Kunskapen om vår verksamhet är god

Stämmer helt Stämmer delvis Stämmer inte alls

Kommunen stöttar aktivt vår verksamhet

Stämmer helt Stämmer delvis Stämmer inte alls

Har ni sökt ekonomiskt bidrag från kommunen till er verksamhet?

En gång Flera gånger Nej

Om ja, har ni erhållit ekonomiskt bidrag?

En gång Flera gånger Nej

Skulle ni vara intresserade av att delta vid en informationsträff i ert område med syfte att uppmärksamma arbetslivsmuseer och liknande verksamheter för kommuner och turistorganisationer?

Ja Nej

Plats för fler och längre kommentarer

Här kan ni skriva vad ni vill, t ex nyheter eller framtidsplaner, funderingar kring möjligheter och hot, behov av stöd eller samarbete eller idéer och frågor till oss! Vi är också intresserade av att höra om återväxten i er verksamhet, hur går det med rekrytering av nya eldsjälar?

Bilaga 2: Svarande

Glasbruksmuseet i Surte Repslagarmuseet	Ale Ale
Anten-Gräfsnäs järnväg Antens kommunikationsmuseum Centrum för bastabinne Mjörns ångbåtsförening	Alingsås Alingsås Alingsås Alingsås
Bengtstors bilsätesveteraner Dal-Västra Värmlands järnväg Bäckefors hembygdsmuseum	Bengtstors Bengtstors Bengtstors
Nolhaga stärkelsefabrik Vagnshistoriska museet	Borås Borås
Eds MC- och motormuseum	Dals-Ed
Segelflygmuseet Ålleberg Dalénmuseet Fredahls begravningsmuseum Ryttarens torvströfabrik	Falköping Falköping Falköping Falköping
Särestad lantbruksmuseum	Grästorp
M/S Stormprincess Aeroseum Kvibergs museum Radiomuseet Göteborgs Remfabrik Sällskapet Ångbåten Maritiman Kortedala museum Föreningen Annedalspojkar Göteborgs bryggerimuseum Göteborgs veteranflygsällskap	Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg Göteborg
Rubens maskinhistoriska samlingar Råbäcks mekaniska stenhuggeri	Götene Götene
Historisk vagnsamling	Herrljunga
Benareby tunnbinderverkstad	Härryda
Föreningen Forsviks varv Karlsborgs fästningsmuseum	Karlsborg Karlsborg
Hillefors Grynkvarns museiförening Tollereds övre kraftstation	Lerum Lerum
Varvshistoriska Göta älvdalen	Lilla Edet
Föreningen L. Laurin	Lysekil
Föreningen Slupen	Mariestad

Skene-Örby hembygdsförening	Mark
Ramsågen i Melltorp	Mark
Rydals museum	Mark
Melleruds museum	Mellerud
Kanalmuseet	Mellerud
Chateau Småröd	Munkedal
Orust skolfartygsförening/Westkust	Orust
Moped- och MC-museum	Skara
Skara-Lundsbrunns järnvägar	Skara
Horns tegelbruk	Skövde
Pansarmuseet	Skövde
Garnisonsmuseet	Skövde
Volvo industrimuseum	Skövde
LL 667 Asta	Sotenäs
LL 325 Marion	Sotenäs
Sjöbodsmuseet	Sotenäs
Malmöns hembygdsförening	Sotenäs
Hembygdsmuseet Sibirien	Strömstad
Föreningen Bohuslins linverkstad	Tanum
Tibro möbelmuseum	Tibro
Tidaholms museum	Tidaholm
Klädesholmens museum	Tjörn
Liandergårdens glasmuseum	Tranemo
Föreningen Allmogebåtar	Uddevalla
Sveriges sjömanshusmuseum	Uddevalla
Naums traktormuseum	Vara
Kålles rekordmagasin	Vara
Åkessons loge	Vänersborg
Medicinhistoriska museet	Vänersborg
Thorstenssons mekaniska verkstad	Åmål
Järnvägssällskapet Åmål-Årjängs järnväg	Åmål
Fiskemuseet	Öckerö
Öckerö hembygdsförening	Öckerö