

VGR Analys 2020:22
Västra Götalandsregionen
2020-04-27

Utvärdering av Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål



Innehåll

Sammanfattning	3
Utvärderingens utgångspunkter	4
Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål.....	5
Aktiviteter inriktade på information och samarbeten	7
Resultaten en pågående process	10
Beskrivningar av arbetet med jämställdhet, miljö och integration	16
Effekter med fokus på lång sikt	17
Avslutande reflektioner.....	20
Rekommendationer	21
Referenser	22
 Figur 1: Antal besökare på Nordiska Akvarellmuseet	11
Figur 2: Antal gästnätter inom Tjörns kommun.....	12

Sammanfattning

Projektet ”Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål” handlar om att sprida kunskap om museets verksamhet och Västra Götaland. En ökad synlighet internationellt bedöms leda till en positiv utveckling för museet och för det geografiska områdets genomslagskraft i besöksnäringen.

Utvärderingen av projektet ”Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål” syftar till att ge en samlad bild av projektets genomförande, resultat och erfarenheter från starten fram till idag. Utvärderingen har genomförts via genomgång av befintligt material i form av inskickade projektrapporter, från starten 2003 tills idag. Materialet har kompletterats med intervjuer med projektägare och samarbetspartners.

Från att under flera år ha handlat om att översätta och producera trycksaker för utskick, sker en övergång till en alltmer digital marknadsföring. Även besöken ska framöver kunna ske digitalt som ett led i strävan efter vidgat deltagande. Från turistrådets sida lyfts vikten av att synas digitalt som en avgörande parameter för att kunna nå ut internationellt.

De återkommande beskrivningarna i projekthandlingarna visar att Nordiska Akvarellmuseets arbete med marknadsföring och hållbarhet inte sker projektbaserat, utan är en kontinuerligt pågående process som ständigt behöver upprätthållas. Denna bild förstärks i intervjuerna och gör samtidigt att det är svårt att peka på konkreta resultat av satsningarna. Enligt de tillfrågade aktörerna inom museet, kommunen och turistrådet har Nordiska Akvarellmuseet blivit en alltmer etablerad och uppskattad institution såväl i omvärlden som i lokalsamhället, i kombination med ett ökat inflöde av utländska turister till platsen.

En framgångsfaktor tycks vara det ömsesidiga utbytet och draghjälp som sker genom samarbeten mellan Nordiska Akvarellmuseet och andra besöksmål i närområdet, samt med turistorganisationer. I intervjuerna signaleras även att museet spelar roll för den sociala hållbarheten bland kommunens invånare, bland annat då det fungerar som en mötesplats och erbjuder aktiviteter även under lågsäsong.

Rekommendationer inför det fortsatta arbetet:

- **Se över projektets syfte och mål.** Formuleringarna har varit desamma under många år trots att förutsättningarna kan ha ändrats, till exempel på grund av ökad digitalisering och förändrade resmönster.
- **Gå igenom projektindikatorerna** och överväg vilka som är relevanta att fortsätta mäta.
- **Inom Västra Götalandsregionen behöver vi resonera kring hur vi ser på projekt som i realiteten är verksamhetsbidrag.**
- **Ge en tydligare beskrivning av vad samarbeten ämnar resultera i.** I projektets ansökan och rapportering nämns löpande samarbeten med en rad aktörer. För att få en bättre bild av vad som görs, vore det en fördel att tydligare definiera vad som förväntas komma ut av samarbetena.

Utvärderingens utgångspunkter

Projektet ”Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål” handlar om att sprida kunskap om museets verksamhet och Västra Götaland. En ökad synlighet internationellt bedöms leda till en positiv utveckling för museet och för det geografiska områdets genomslagskraft i besöksnäringen.

Enligt Västra Götalandsregionens modell för uppföljning och utvärdering inom regional utveckling bör projekt som fått finansiering utvärderas efter fem år om de inte ingått i annan utvärdering under motsvarande period.

Utvärderingen av projektet ”Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål” syftar till att ge en samlad bild av projektets genomförande, resultat och erfarenheter från starten fram till idag. Projektet har fått ett årligt stöd om 500-600 tkr av regionutvecklingsnämnden sedan i början av 00-talet och inte ingått i någon tidigare utvärdering. Inför framtida beslut om stöd behöver därför en översyn göras av projektets målsättningar, aktiviteter, resultat och effekter.

Frågeställningar som behandlas i utvärderingen är:

- Hur har projektet utvecklats över tid i förhållande till uppsatta mål och måltal?
- Vilka resultat kan härledas till den internationella marknadsföringen eller utveckling av Nordiska Akvarellmuseet som ett hållbart besöksmål? Hur har de internationella kontakterna utvecklats och på vilket sätt har det påverkat museets verksamhet?
- Vad ses som viktiga parametrar för ett besöksmål att nå ut internationellt?
- Vad har uppbyggnaden och marknadsföringen av Nordiska Akvarellmuseet betytt för platsens utveckling?
- Vad ses som avgörande för att kunna marknadsföra en plats på en internationell arena?
- Hur har projektet arbetat med jämställdhet, miljö och integration? Vilka resultat finns som kan kopplas till detta arbete?
- Hur har samverkan med Tjörns kommun och andra aktörer inom turistnäringen fungerat och vad kan ses som resultat av det arbetet?
- Hur ser ambitionerna ut framgent? Ska projektet fortsätta i sin nuvarande form? Inom vilka områden ser projektägare och samarbetspartners att det finns utvecklingspotential?

Utvärderingen har genomförts via genomgång av befintligt material i form av inskickade projektrapporter, från starten 2003 tills idag. Materialet har kompletterats med intervjuer med projektägare och samarbetspartners.

Rapporten inleds med översiktlig information om projektet, dess finansiering och koppling till den regionala utvecklingsstrategin. Därefter följer en beskrivning av de aktiviteter som

redovisats och prestationer kopplat till måluppfyllelse. Avsnittet därefter innehåller en redogörelse för hur projektet beaktat de horisontella kriterierna. Sedan återfinns en sammanställning av synpunkter som rör projektets potentiella effekter och framtida utveckling. Rapporten avslutas med reflektioner och rekommendationer från författaren.

Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

Projektet består av ett antal insatser som syftar till att stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål. Genom att producera marknadsföringsmaterial och tillhandahålla webbaserad information förmedlas kunskap om museet och platsen. Särskild betoning läggs på att marknadsföra museet via olika kanaler i utländsk media. Den digitala utvecklingen har getts alltmer utrymme i projektbeskrivningen och handlar exempelvis om ökad synlighet i sociala medier och att möjliggöra visning och konstnärliga samarbeten på distans via robotteknik. Inom ramen för projektet nämns även en mängd samarbeten, med regionala aktörer, inom internationell forskning och residensprogram samt nätverk inom konstsektorn och besöksnäring.

”Vi strävar efter att vara ett museum i samtiden, där vi i utställningsverksamhet, konstpedagogiskt arbete och programverksamhet ständigt vill vara en dynamisk plats för människor, konst och natur att mötas.”

Syftet att stärka kännedomen om Nordiska Akvarellmuseet ur ett internationellt perspektiv har varit detsamma under hela perioden då projektet pågått. Inledningsvis var tanken att projektet skulle göra det möjligt för museet att genom intressanta utställningar stärka sin position som ett nordiskt konstcentrum. Museet skulle också stärka sitt renommé bland andra konstinstitutioner för att bli en likvärdig samarbetspartner. Från och med 2013 bytte projektet namn till sitt nuvarande, från att tidigare benämnts ”Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen”. Inriktningen gick då från att mer uttalat stärka kännedomen om museet och Västra Götaland samt att bidra till ett expansivt företagande kopplat till turistindustrin, till att bli mer inriktat på miljö och hållbarhet.

”Nordiska Akvarellmuseets verksamhet vilar på sex kärnområden: utställningar, konstsamling, forskning, konstpedagogik, konstnärlig utveckling och programverksamhet.”

De nuvarande målen med projektet är:

- Att stärka kännedomen om Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götaland internationellt.
- Att främja samarbeten med övriga kultur- och konstinstitutioner i regionen.
- Att Nordiska Akvarellmuseet ska fortsätta att utveckla sin verksamhet som miljömedvetet och hållbart besöksmål.

- Att sträva efter ett vidgat deltagande och att producera trycksaker och information på flera språk.
- Att tillsammans med RISE Interactive AB utveckla robotteknik för distansvisningar i syfte att tillgängliggöra museets konst för alla.
- Att via projektet DiGiRES finna nya metoder för förmedling, konstupplevelse och interaktion i syfte att öka tillgänglighet och spridning av konst och möjlighet till eget skapande.

Fram till år 2013 – då projektet bytte namn – listades ett antal andra mål i ansökan som bland annat handlade om att utveckla en ny hemsida med flerspråkigt innehåll samt att söka nya kanaler och nyttja sociala medier för att nå ut internationellt. Det har även funnits en hel del mål om olika typer av samarbeten: internationella forsknings- eller konstprojekt, att bygga internationella nätverk, gemensam marknadsföring via turistorganisationer i Västsverige och infrastruktursatsningar för att öka tillgängligheten med buss, båt och cykel. Tidigare framgick även ambitioner om att utveckla ett nyskapande näringsliv tillsammans med de lokala företagen genom att utgöra ett nav för regionens kulturturism och utveckla åretruntverksamheter. Innan 2007 fanns inga egentliga mål med projektet formulerade i beslutet, för 2006 framgår att avsikten är att ytterligare etablera museet i en internationell miljö.

Målgruppen beskrivs vara alla besökare, med särskild tyngdpunkt på att skapa fler kontaktytor internationellt. Det är också att vidga deltagandet generellt sett, varvid distansbesökaren lyfts fram som viktig. Därav de ökade satsningarna på distansvisningar och att tillgängliggöra konstsamlingen via hemsidan.

Projektmedel från regionutvecklingsnämnden i 17 års tid

Projektmedel för att stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål har beviljats sedan början av 00-talet. Projekthandlingar finns att tillgå från och med 2003, där det framgår att regionutvecklingsnämnden finansierar insatsen med 500 000 kr och att den totala budgeten innefattar 14 184 000 kr. De övriga finansiärerna anges vara Västra Götalandsregionens kulturnämnd, Statens kulturråd, Tjörns kommun samt övriga intäkter såsom biljetter och butik. Övrig finansiering har dock inte ingått i något av de kommande besluten. Mellan åren 2004-2014 framgick endast regionutvecklingsnämndens bidrag i budgeten, som från början var 500 000 kr och från och med 2010 uppgått till 600 000 kr. Från och med 2015 års beslut om medel framgår att Nordiska Akvarellmuseet själva medfinansierar projektet med 150 000 kr per år.

En motiverad satsning

Projektet beskrivs knyta an till den regionala utvecklingsstrategin VG2020 genom temaområdet ”En region som syns och engagerar” och den prioriterade frågan om ”ökat utbyte med och påverkan på omvärlden” samt att ”satsa på internationell mötesindustri, evenemang och på att stärka besöksnäringen”. I strategin framgår att en fortsatt samordnad satsning på produkt- och destinationsutveckling, tillgänglighet och marknadsföring behövs. Målet är att Västra Götaland år 2020 ska vara Skandinavien mest besökta, uppskattade och inkomstbringande besöks- och evenemangsregion. I det senaste beslutet om medel från regionutvecklingsnämnden (för år 2019) motiveras satsningen av att museet fyller en viktig funktion som attraktivt besöksmål och aktör för levande landsbygd i skärgården. Att stödja ett ökat internationellt synliggörande anses ha en betydelsefull roll för museets utveckling men också för platsens genomslagskraft inom besöksnäringen.

I samband med att projektet startade, i ansökan för 2003, beskrivs det resurskrävande arbetet med att ständigt erbjuda nya internationellt sett intressanta utställningar – en nödvändighet för att bibehålla intresset från allmänhet och bransch. En problematik som nämns är att museet har en liten organisation med få anställda och att det saknas utrymme inom de ordinarie anslagen för att ”upprätthålla den höga nivån”.

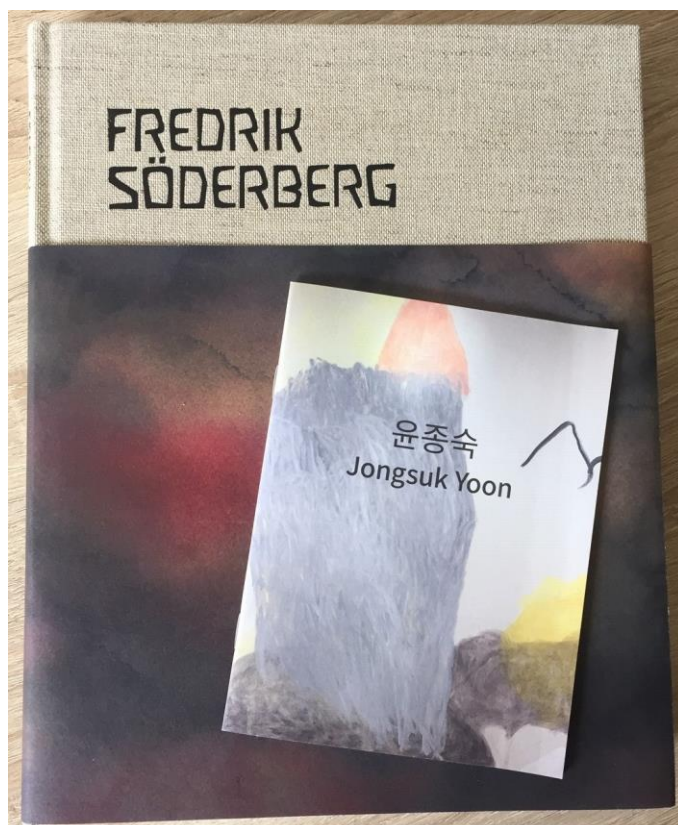
Aktiviteter inriktade på information och samarbeten

Projektet avser i huvudsak översättning och spridning av information

Arbetet i projektet handlar till stor del om att skapa och översätta marknadsföringsmaterial i form av utställningskataloger, trycksaker, forskningsresultat, filmer och utställningspresentationer. Genom att göra katalogutskick till andra internationella museum runt om i Europa sprids kännedomen om Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götaland. Denna beskrivning av vad som görs är återkommande i rapporteringen under hela tiden projektet pågått. De senaste tre åren nämns att en informationsfolder med generell information om museet planeras att läggas upp på hemsidan översatt till olika språk. Den producerades under 2014 och översattes 2015. Formgivningen för densamma nämns i rapporteringen redan 2012.

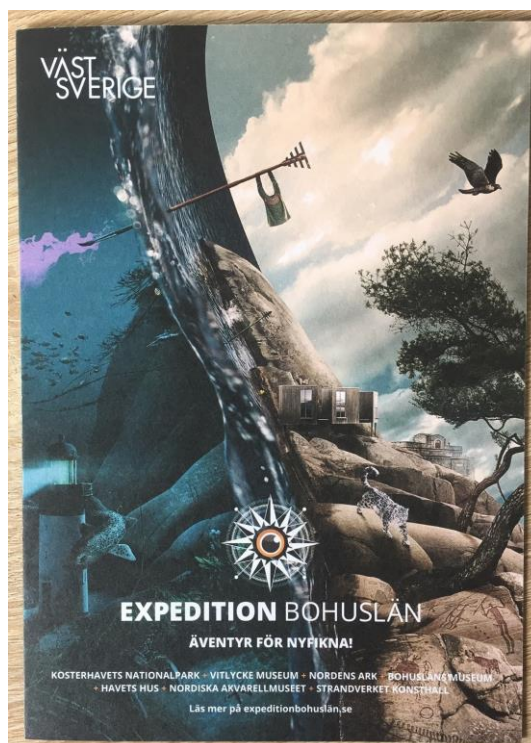
I den senaste projektrapporten framgår att museet alltmer utvecklar digitala informationskanaler framför trycksaker. Tanken är att det tryckta marknadsföringsmaterialet successivt ska fasas ut som ett led i miljöarbetet. Istället planeras satsningar på sociala medier, webbplats och andra digitala plattformar. Under årens lopp har resurser lagts på att utveckla museets hemsida, som numera innehåller information på engelska, tyska, franska, spanska, arabiska och kinesiska. Arbetet med utveckling av nya hemsidan beskrivs under större delen av den tid projektet pågått.

Museichefen beskriver att det även sker en successiv övergång mot digital produktion när det gäller vernissagekort och utställningsprogram. Mer och mer information sker via hemsidan för att nå en större publik. Tidigare producerades en utställningskatalog för varje utställning, vilket har minskats ned till ca två per år. Kataloger skickas ut till alla aktörer som lånar ut verk, konstnärer som tidigare ställt ut, museer och bibliotek i Norden. Samtidigt får akvarellmuseet andra kataloger tillbaka. Det är ett vedertaget och etablerat arbetssätt. Att producera och distribuera utställningskataloger är enligt museichefen även ett viktigt verktyg för att synliggöra unga konstnärer.



Gemensam marknadsföring via samarbeten

En stor del av de aktiviteter som beskrivs i projektets rapportering handlar om samarbete av olika slag. Exempelvis samarbetar Nordiska Akvarellmuseet med sex andra besöksmål via "Expedition Bohuslän", där gemensamma marknadsföringsinsatser ska locka fler internationella turister och attrahera fler besökare under lågsäsong. De andra besöksmålen är Nordens Ark (Sotenäs), Vitlycke hållristningsmuseum (Tanum), Strandverket (Marstrand), Havets hus (Lysekil), Bohusläns museum (Uddevalla) och Naturrum på Koster. Arbetet samordnas av Turistrådet Västsverige som satsar på att marknadsföra de sju aktörerna gemensamt. Detta samarbete beskrivs sedan 2013 på liknande sätt i samtliga årliga projektrapporteringar.



Därtill samarbetar Nordiska Akvarellmuseet med turistorganisationerna Turistrådet Västsverige, Södra Bohuslän AB samt Göteborg & Co för att nå ut med information på mässor, boendeanläggningar, via paketylösningar och riktade projekt mot utländska medier. Samarbetet nämns återkommande i projektrapporteringen redan från och med 2005. Museichefen beskriver att Nordiska Akvarellmuseet är beroende av kringaktiviteter, då det geografiska läget kräver att det ska vara värt en resa.

Ytterligare ett exempel på samarbete mellan museet, Tjörns kommun och Turistrådet Västsverige handlar om konceptet "Världens svettigaste konstrunda" som ämnar locka besökare att cykla, springa eller gå mellan Nordiska Akvarellmuseet och Pilane skulpturpark. Konceptet lanserades 2017 och beskrivs fortgå i de efterföljande projektrapporterna. Ett annat exempel är projektet "Remember September", där målet är att fler besöksmål och näringsidkare ska möta efterfrågan på en längre sommarsäsong, anpassat efter främst de internationella besökarna.



Samarbete med Göteborgs universitet och andra nordiska lärosäten sker genom projektet SAKS (Studier av konstnärligt seende). Målet är att undersöka hur konstnärligt seende fungerar och hur det kan användas pedagogiskt. Inom ramen för projektet har seminarier och konferenser anordnats och artiklar skrivits som även involverat andra nordiska lärosäten. Gruppen bakom projektet består av tolv nordiska utbildare, forskare, professorer, konstnärer och konstpedagoger. Samarbetet inleddes 2015 och nämns sedan dess kontinuerligt i de årliga rapporterna.

Det framgår i de tidiga projekthandlingarna vikten av att upparbeta goda relationer med Tjörns kommun och andra aktörer i lokalsamhället.

”För att en kulturinstitution ska bli riktigt kraftfull internationellt är det grundläggande att den har starka rötter i den lokala/regionala miljön.”

Turismansvarig på kommunen beskriver att de haft många pressresor från olika delar av världen, vilket lett till många fördelaktiga reseskildringar i internationell media. Därtill har de återkommande nätverksträffar för turismens aktörer och lokala politiker. En årlig avstämning sker i april med planering inför högsäsongen och tillfälle för utbyte av material. Södra Bohuslän turism ger varje år ut ett inspirationsmagasin där Nordiska akvarellmuseet finns presenterat, exempelvis ihop med upplevelser inom naturturism. Magasinet finns att tillgå på boenden och hos företag som fungerar som ambassadörer, i så kallade infopoints.

Konstupplevelser genom digitala verktyg

Nordiska Akvarellmuseet utvecklar i samarbete med RISE Interactive AB metoder för att med hjälp av robotteknik erbjuda visningar på distans i realtid. Hittills har testvisningar med referensgrupper gjorts och på sikt ska denna typen av visningar tillgängliggöras via museets hemsida och marknadsföras i ett bredare sammanhang. Projektplanerna formulerades 2016 och nämns därefter årligen som ett pågående arbete. Projektledaren betonar att lösningen innebär skillnader för personer som fysiskt inte kan ta sig till museet. Det ger möjlighet för besökarna att sitta vid en dator och själv styra vad de vill se. Det ses även som ett viktigt koncept för att nå en bredare publik internationellt.

Som en del av det internationella samarbetet bjuder museet in konstnärer – så kallade residens – från Sverige, Norden och Europa. Museet avser även att på sikt kunna erbjuda residens på distans. Metoder för detta har utvecklats inom projektet DiGiRES. Två deltagare arbetar på plats i museet, medan två andra deltagare arbetar med samma utgångspunkt men på distans. I projektet undersöks hur de kan arbeta tätt ihop men utan att fysiskt vara på samma plats. Projektet startade 2018 och ska slutredovisas under 2020.

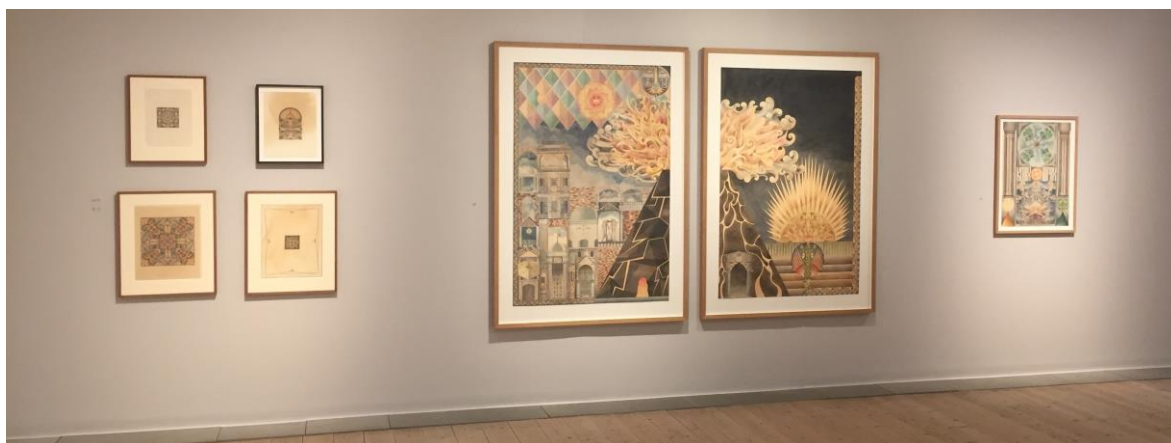
”Vi tror på de digitala plattformarnas förmåga till gemenskap och en vidare värld där museet kan ha en viktig roll som kreativ motor och mötesplats, såväl fysiskt som på distans.”

Detaljerade beskrivningar av museets utställningar

I rapporterna listas även vilka utställningar som Nordiska Akvarellmuseet haft under åren samt beskrivningar av konstnärernas inriktning och ursprung. Parallellt med utställningarna visas ett urval ur museets samling av nordiska konstnärer löpande under året. I samband

med samtliga utställningar har museet producerat film och katalog – även översatt till engelska – i syfte att fördjupa upplevelsen och marknadsföra utställningen.

Under 2012 invigdes en utbyggnad av museet, vilket möjliggjorde en permanent visningsyta för museets konstsamling. Därmed tillkom även en ny verkstad/ateljé, för att bättre kunna möta efterfrågan på pedagogisk verksamhet.



Genomförda utredningar

Under 2010 tog Akvarellmuseet initiativ till en utredning om museets internationella marknadsföringsstrategi. Den mynnade ut i ett antal förslag om att ytterligare stärka museets varumärke. Arbetet för att implementera dessa förslag startade 2011.

Via ett samarbete med Göteborgs universitet producerades en forskningsrapport kring det samhällsekonomiska värdet av Nordiska Akvarellmuseet som presenterades 2010. Forskningsresultatet visade att varje satsad krona genererade 20 kronor tillbaka till kommunen/regionen. Resultaten rönt enligt projektrapporteringen stor medial uppmärksamhet. Rapporten föregicks av ett nordiskt forskningsseminarium inom konstpedagogik under 2009 och planerades under flera år tidigare.

Resultaten en pågående process

Museets utställningar, pedagogisk verksamhet, konstnärligt utvecklingsarbete, forskning och arrangemang bidrar enligt projektägaren till ökad kännedom om Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götaland internationellt. Utställningarna får i många fall stor internationell uppmärksamhet, vilket ger nya kontakter inom konstvärlden. Stödet från regionutvecklingsnämnden har täckt merkostnaden för att producera informationsmaterial på engelska – en förutsättning för att nå ut internationellt. Positiva erfarenheter av fördjupande program kring specifika samhällen inom konsthistoria har lett till fler tematiska kultur- och föreläsningsserier i samband med utställningar. Vid sidan av själva konstutställningarna satsas på program som även inkluderar ursprungslandets musikliv, litteratur, mat och samhälle.

Genom arbetet med robotutveckling för distansvisningar och projektet DiGiRES beskrivs att personalen har utvecklat sin digitala kompetens för att främja tillgängligheten och allas rätt till kultur. De sociala medierna beskrivs ha haft god genomslagskraft. Museets Facebooksida har blivit alltmer aktiv och bedöms i sin tur ha lett till ett ökat internationellt gensvar. I arbetet med distansvisningar i realtid och digitala residens undersöker Nordiska

Akvarellmuseet hur alla oavsett förmåga att ta sig till museet kan medverka och interagera. Projektägaren bedömer att detta bidrar till en mer hållbar kulturkonsumtion, nya typer av upplevelser och ett vidgat deltagande.

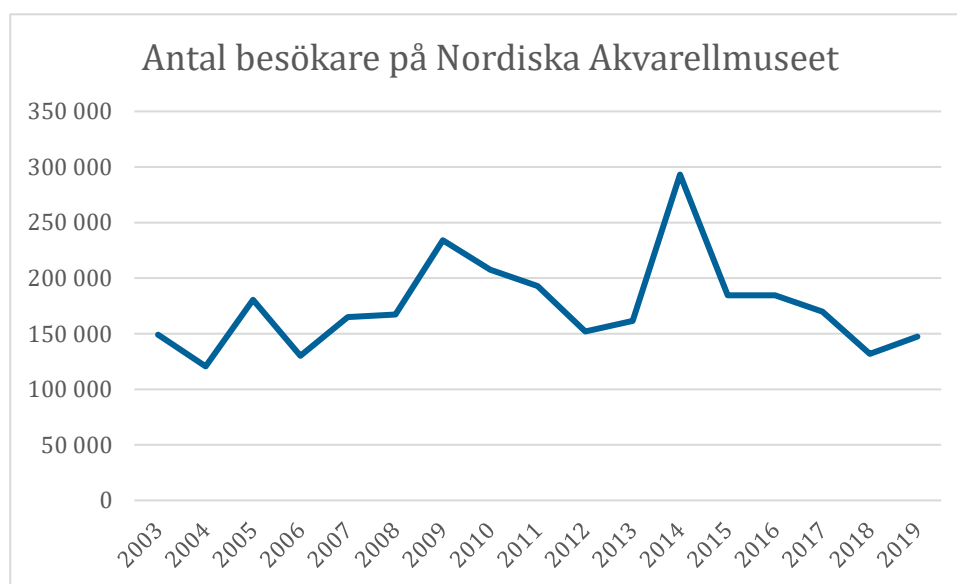
Projektets resultat i form av översättningar, marknadsföring och miljöarbete beskrivs i rapporterna som en ständigt pågående process. Det beskrivs att projektets resultat finns att se i kataloger, på hemsidan och i utställningsverksamheten. I rapporteringen för 2012 redovisas att målet om att stärka kännedomen om museet har uppnåtts, men att de samtidigt ständigt arbetar med att hitta nya kanaler, metoder och samarbetspartners.

En del utmärkelser nämns under årens lopp. I projektet "Hållbar besöksnäring", som genomfördes på initiativ av Tillväxtverket och Turistrådet Västsverige fick Nordiska Akvarellmuseet högsta betyg och klassat som "ett enastående besöksmål". Under 2012 blev Nordiska Akvarellmuseet nominerat till Stora turistpriset, som enda västsvenska institution. År 2010 utsågs Nordiska Akvarellmuseet till årets museum. Motiveringen innefattade bland annat att de visar mångfalden och bredden inom akvarellkonsten, producerar utställningar av världsklass och är ett museum som har förändrat en ort. Bakom utnämningen stod Svenska International Council of Museums och Riksförbundet Sveriges Museer.

Utbyggnaden som invigdes 2012 gav enligt rapporteringen extra synlighet och har bidragit till bilden av museet som en framåtblickande och drivande institution. Ett annat konkret exempel är ansökan och godkännandet hos Trafikverket om en brun-vit trafikskylt vid E6:an för att fånga upp förbipasserande turister mellan Oslo och Göteborg.

Varierande besökssiffror och ett stadigt ökat antal gästrätter

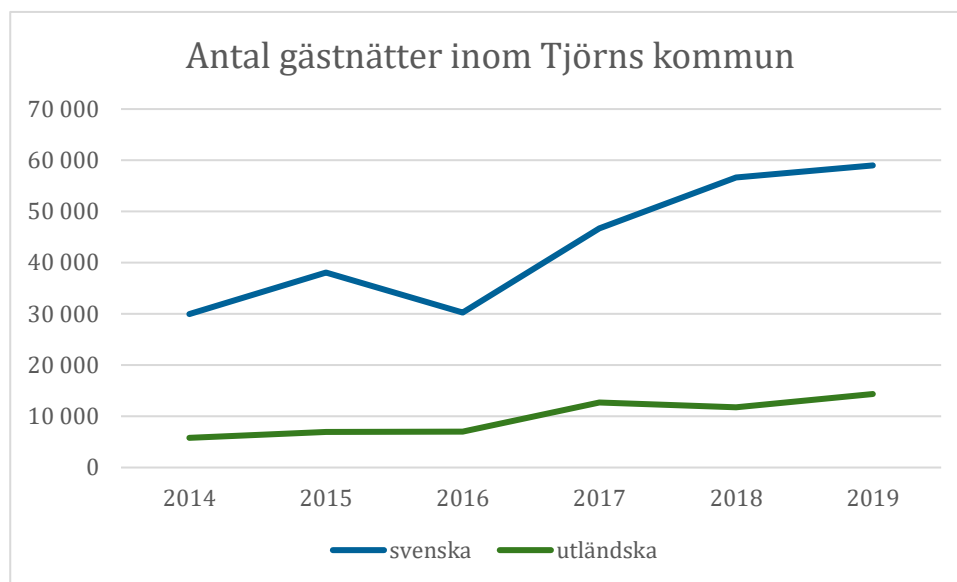
Varje år rapporterar Nordiska Akvarellmuseet in besökssiffror till Myndigheten för Kulturanalys och till Västra Götalandsregionen. Figuren nedan visar antal besökare på museet under åren som projektet har pågått, 2003-2019:



Figur 1: Antal besökare på Nordiska Akvarellmuseet. Källa: Myndigheten för Kulturanalys/VGR

Antalet besökare till Nordiska Akvarellmuseet uppgick till nästan 150 000 det senaste året, i likhet med verksamhetens första år 2003. Däremellan har det varierat mellan drygt 120 000 besökare 2004 och nästan 300 000 besökare år 2014.

Under sommaren 2019 registrerades för första gången besökarnas ursprungsland och det visade sig att museet mottog besökare från samtliga världsdelar. Under 2018 blev antalet besökare färre än väntat och bedöms bero på sommarens ihållande värme. Även för 2017 blev antalet besökare lägre än förväntat, men det lyfts i rapporterna att besökssiffrorna alltid är svåra att uppskatta och förutse. Nedgången i besökssiffrorna mellan 2011 och 2012 var enligt projektägaren väntat då de under året hade en utställning riktad till en smalare publik, men tillägger att tänja på gränser är en av museets uppgifter.



Figur 2: Antal gästnätter inom Tjörns kommun. Källa: Turistrådet Västsverige

Antalet gästnätter har totalt sett ökat över tid, såväl när det gäller svenska som utländska besökare har antalet fördubblats åren 2014-2019. Turismansvarig på Tjörns kommun menar att kommunen under åren kommit att arbeta alltmer offensivt med turismfrågorna, mycket tack vare förekomsten av Nordiska Akvarellmuseet som ses som något unikt utöver de traditionella natur- och kulturvärden som finns i närområdet. Från kommunens sida ses akvarellmuseet som ett viktigt nav, där följden av att jobba mot en konstituerad målgrupp gett kringeffekter i form av exempelvis skulpturparken i Pilane. Därtill finns det, oavsett konstituerad, numera en stolthet i lokalsamhället att museet finns. Turismansvarige lyfter fram att museets samverkan med skolorna spelar en viktig roll, både för barnen och deras familjer. Hon ser det som att det skapar en social hållbarhet som är positiv för kommuninvånarna.

Uppfattningen är att det under åren blivit fler och fler internationella besökare från fler nationer i kommunen, vilket bidrar till att restauranger och butiker kan hålla öppet året runt.

”Trenden som vi ser och upplever följer det mönster som vi kan se i statistiken.”

Marknadschefen på Turistrådet Västsverige menar att den tydliga uppgång som syns i statistiken är beroende av starka besöksmål och bedömer att Nordiska Akvarellmuseet har haft en stor betydelse för den utvecklingen. Samtidigt lyfter hon att det är svårt att genomföra kännedomundersökningar, varvid effekten av marknadsföringen inte alltid är lätt att påvisa. Akvarellmuseet har dock en kommunikation som är lätt att ta till sig och förmedla vidare i olika sammanhang.

Samarbeten en win-win situation

Samarbetet inom SAKS-gruppen ses som värdefullt av projektägaren då den stärker samarbetet med de nordiska lärosätena inom fältet konstpedagogik och utbildning samtidigt som vetskapen om akvarellmuseet stärks. En viktig del är att de tillsammans driver frågan om vikten av konst och kultur i förskola och skola. När det gäller vattenfärgskonst lyfter museichefen att Nordiska Akvarellmuseet är unikt i världen, vilket gör att de även spelar en viktig roll inom forskningen.

Etablerade nätverk och samarbeten medför en smidigare process med utställningar när exempelvis en ansökan om att låna konstverk lämnas in. Museichefen framhåller att det handlar om långsiktiga relationer och ett kontinuerligt ömsesidigt utbyte. Tilliten det ger är viktig för hur arbetet med utställningarna fortgår, vilket i sin tur hänger ihop med förmågan att locka besökare. Varje tidigare utställning fungerar som en kvalitetssäkring för de framtida och den personliga kontakten ses som en framgångsfaktor. Även samarbetena med de lokala och regionala aktörerna inom turistindustrin nämns som viktiga för att få besökare till museet. Exempelvis innebär samarbetet med besöksmålen inom "Expedition Bohuslän" möjligheten att ge draghjälp åt varandra och då de ofta har liknande lokala förutsättningar. Uppfattningen från såväl kommun och turistråd är att samarbetet med museet fungerar mycket väl.

Projektets indikatorer – förväntade värden och faktiska utfall

Då projektet pågått under lång tid har det förekommit en mängd indikatorer med koppling till såväl VG2020 som tidigare strategier, liksom egenhändigt formulerade indikatorer. Tabellen nedan är svår att överblicka, men ger en total sammanställning av de mätetal som använts i projektets beslut under åren.

Resultatindikatorer	Förväntat utfall				Utfall		
	År	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Ökat antal besökare jämfört med föregående år	2003			25 000			?
	2004						80 000
Andel besökare från utlandet	2003			5 %			15 %
	2004						15 %
Antal utvecklade attraktioner inom kulturturism, utställningar	2007			5			?
Antal konferenser/seminarier	2009			2			4
	2010			2			5
	2011			5			5
	2012			7			6
	2013			5			7
	2014			7			5

Antal utställningar	2009			2			6
	2010			5			6
	2011			5			?
	2013			7			8
Antal utställningskataloger	2009			5			3
	2010			5			4
Antal kvinnor och män som deltagit i kompetenshöjande aktiviteter	2009	110	40	150	100	50	150
	2010	110	40	150	200	60	260
	2012	13	3	16	14	3	17
	2014	12	4	16	12	4	16
Antal rapporter/konstkataloger	2011			5			5
	2012			2			2
	2013			7			6
	2014			2			1
	2019			2			?
Antal samarbetspartners, internationella kontakter	2011			30			30
	2013			32			30
Antal samarbetspartners, kulturturism	2011			15			15
	2013			17			20
Antal internationell media som bevakar NAM	2011			30			?
	2013			30			28
Antal besökare till NAM:s samarbetsutställningar i San Fransisco och Århus	2011			80 000			80 000
Antal besökare på NAM, varav ca 15 % internationella	2011			180 000			190 000
	2013			190 000			161 500
Antal konstkataloger som distribueras till internationella museer	2011			800			800
	2013			800			1 000

	2014			800			800
	2015			400			400
	2016			400			300
	2017			400			300
	2018			400			300
	2019			400			300
Antal egenproducerade utställningskataloger (engelska och svenska)	2012			4			?
	2014			4			3
	2015			5			4
	2016			4			3
	2017			3			3
	2018			3			3
	2019			3			2
Antal unika besökare på hemsidan, från hela världen	2013			71 000			78 940
Antal utredningar	2014			1			1
Antal internationella besökare	2014			180 000			?
	2016			37 000			29 080
	2017			31 500			25 200
	2018			27 000			19 140
	2019			29 000			24 500
Antal besökare och deltagare till evenemang	2015			150 000			184 405
	2016			250 000			193 872
	2017			210 000			168 000
	2018			180 000			127 597
	2019			180 000			147 300
	2015			3 000			26 651
	2016			35 000			25 204

Antal barn och unga (yngre än 18 år) som besöker, deltar eller är publik i ett evenemang	2017			27 300			21 840
	2018			23 500			16 587
	2019			25 500			19 150
Antal egenproducerade filmer (översatta till engelska)	2015			3			3
	2016			2			2
	2017			3			3
Antal nya modeller, verktyg och arbetssätt	2018			10			8
	2019			12			6
Internationella residens, med konstnärer från Europa och världen	2019	5	5	10	?	?	?

Indikatorutfallet visar att ca 15 % av besökarna är internationella. Detta står även beskrivet i de senaste årens projektansökningar. Andelen på 15 % är dock en uppskattning och har varit densamma sedan rapporteringen för år 2005. Det senaste året (2019) registrerades vilket land besökarna kom ifrån, av 147 300 besökare var då 24 500 (drygt 16 %) internationella.

Beskrivningar av arbetet med jämställdhet, miljö och integration

En kontinuerligt återkommande beskrivning i projektets rapportering (2007-2019) är att Nordiska Akvarellmuseet ”strävar efter en ständigt levande och aktuell diskussion kring könsfrågor, jämställdhet och hur det är att vara människa i samtiden”. Jämlikhet och jämställdhet är ständigt frågor för diskussion inom det konstpedagogiska arbetet. Till exempel att via utställningarna uppmärksamma kvinnor som tagit sig fram på den internationella konstscenen. I övrigt strävar Nordiska Akvarellmuseet efter en jämn könsfördelning bland såväl utställande konstnärer som personal. Museichefen betonar att de strävar efter att lyfta fram kvinnor inom konsten, men att de inom vissa områden kan vara svåra att hitta. Det finns enligt både museichef och projektledare ett starkt engagemang för jämställdhetsfrågorna och de finns hela tiden med i arbetet. De beskriver Nordiska Akvarellmuseet som en relativt ny institution med högt i tak och utan etablerade strukturer.

De aktiviteter som genomförs kopplat till målet om att utveckla Nordiska Akvarellmuseet som ett hållbart besöksmål, beskrivs även knyta an till arbetet med miljö och integration. Ett exempel är att tillhandahålla bussar från Göteborg till Skärhamn i samband med museets vernissage eller andra evenemang. Dels främjas kollektivt resande, dels möjliggör det för icke bilburna besökare att ta del av konstutbudet. Enligt projektrapporteringen är det både uppskattat och väl utnyttjat. För 2019 beskrivs att gratis vernissagebuss har erbjudits från Göteborg vid samtliga tre vernissager, vilket gjort att drygt 200 personer (ca

0,1 procent av besökarna) tagit sig till museet kollektivt. Insatsen nämns även i projektrapporterna för 2013-2018. Dessförinnan beskrevs att museet kontinuerligt strävar efter att bygga upp en hållbar turism genom att arbeta för utökad båt- och busstrafik, samt satsning på cykelvägar. En insats för att bidra till minskat resande och så även för att vidga deltagandet är de pågående projekten om digitala residens och att utveckla visningar på distans i realtid via robotteknik. Därigenom vill museet inkludera grupper som av olika skäl inte fysiskt kan ta sig till museet.

I övrigt redovisas att museet kontinuerligt arbetar miljömedvetet genom miljövänliga inköp, uppvärmningssystem och återbruk. Museet blev miljödiplomerat/certifierat under 2014, vilket enligt projektägaren föregåtts av en omfattande inventering av alla inköp av förbrukningsmaterial, hantering av avfall samt utbildning av personal. Under 2018-2013 nämns att museet drivit och marknadsfört samåkningssiten ”We Art Together”, där 14 andra kultur- och konstinstitutioner fanns anslutna och där personer kunde lista sig för gemensam resa till museet. I rapporterna för 2014 och 2015 beskrivs projektet ”Artbike – cykel som konst & konst från cykeln”. Projektet syftade till att utveckla cykelvägen mellan Nordiska Akvarellmuseet och Pilane skulpturpark, för att skapa förutsättningar för att utan miljöpåverkan kunna färdas mellan de två konstinstitutionerna. Planerna för att märka ut cykelleden och tillhandahålla hyrcyklar nämns även i rapporterna för 2011-2013. Arbetet lade grunden för konceptet ”Världens svettigaste konstrunda” (se s. 8).

I arbetet med integration återfinns en generell beskrivning i samtliga projektrapporter mellan 2019-2007 om att museet utifrån utställningarna och sin konstpedagogiska avdelning arbetar med alla barn och ungdomar oavsett bakgrund. Därtill beskrivs genom åren att ”utställningarna varit mångfacetterade med en omväxlande karaktär och därigenom lockat besökare med olika bakgrunder”. Sedan 2016 har de allmänna visningarna utökats till att omfatta tecken- och syntolkning. Ett uppskattat inslag enligt projektägarna, som även beskriver att ”bilden är ett visuellt, universellt språk oberoende av språkligt eller kulturellt ursprung.” Att nå nya besöksgrupper och vidga deltagandet är en del av det långsiktiga uppdraget från Kulturnämnden och sker exempelvis via så kallade pop-upverkstäder (eller via det tidigare konceptet ”museet flyttar ut”) på platser där folk som normalt inte besöker dem finns, såsom Nordstan och Hammarkullen i Göteborg. Insatsen nämns översiktligt i samtliga rapporter mellan 2015-2019. Därtill framgår en ambition om att översätta mer av museets informationsmaterial till fler språk än engelska.

Innan 2006 framgår inga särskilda beskrivningar kring jämställdhet, miljö och integration, men var heller inte ett uttalat krav för projektstöd från regionutvecklingsnämnden.

Effekter med fokus på lång sikt

De långsiktiga effekterna av projektet bedöms vara:

- Fler internationella besökare via riktad marknadsföring och kampanjer.
- Ökad kunskap om Nordiska Akvarellmuseets verksamhet och Västra Götaland.
- Fler internationella kontaktytor, nätverk och samarbetspartners. Tidigare formulerat som ökade möjligheter att stärka nya internationella samarbeten och marknadsföringskanaler. Varje internationell utställning

bedöms vara unik och skapar nya kontakter med konstnärernas hemländer – en kontinuerlig utveckling.

- Fler hållbara transporter genom att främja samåkning och resor med kollektivtrafik via internetbaserad samåkningstjänst och gratis vernissagebussar.
- Utvecklandet av metoder för att göra museet mer tillgängligt – främja hållbar konst- och kulturkonsumtion via distansvisningar. Genom de digitala verktygen ges förutsättningar för interaktion med grupper som annars inte nås av verksamheten.
- Genom samverkan med andra kulturinstitutioner med liknande lokala geografiska förutsättningar skapas arbetssätt som främjar parternas verksamhet. Samverkan med Turistrådet Västsverige och andra besöksmål i regionen beskrivs vara ett ständigt pågående utvecklingsarbete för att locka utländska turister.

”Samtliga projektdelar har en långsiktig aspekt för att skapa en hållbar och tillgänglig konst- och kulturkonsumtion, parallellt med ett ständigt pågående arbete för att göra museet till en demokratisk, jämlik och öppen plats i en samtid som står inför miljö- och politiska utmaningar.”

Ett ständigt pågående arbete för att bibehålla en god kvalitet

Arbetet för att stärka Nordiska Akvarellmuseet som internationellt besöksmål beskrivs vara kontinuerligt och långsiktigt. Dels handlar det om att sprida kunskapen om akvarellkonsten, dels att sätta regionen på kartan över intressanta platser att uppleva. I flera projektrapporter framgår att det (utan forskaranalys) är svårt att bedöma effekten av internationell marknadsföring, men det nämns att flera internationella journalister har besökt museet, vilket lett till omnämnanden i turistmagasin och kulturtidskrifter. Förväntade långsiktiga effekter inledningsvis, i beslutet för 2003, var en förbättrad mediabild av Västsverige som konst- och kulturregion, nationellt och internationellt. Förslagsvis kan detta mätas i antal artiklar, antal besökare och deras härkomst. På sikt planerar museet att utöka sin marknadsföring till nya grupper och nämner att den kinesiska marknaden har många potentiella besökare. En hämmande faktor beskrivs vara bristen på boende i närområdet, även under högsäsong.

Museichefen poängterar att arbete med marknadsföring tar tid och att det är viktigt med en kontinuerlig kvalitet. I och med att kännedomen om Nordiska Akvarellmuseet har ökat har det blivit avsevärt lättare att få låna konstverk internationellt, då de har nätverk och ambassadörer utomlands. Även turismansvarig på Tjörns kommun menar att marknadsföringen är ett ständigt arbete, där de hela tiden behöver upprätthålla en bra nivå.

Stor betydelse för platsens utveckling

Förekomsten av museet och dess aktiviteter anses ha stor betydelse för platsens utveckling och har medfört att Skärhamn är ett levande samhälle året runt. Under lågsäsong utgör lokalbefolkningen en stor del av besökarna. Turismansvarig på Tjörns kommun menar att det ökade antalet besökare genererar en förståelse om att platsen är bra att leva, bo och verka i. Museet har lyckats ha flertalet unika utställningar som lockat många i konstkretsar och är tillsammans med Pilane skulpturpark och Sundsby säteri unika besöksmål i kommunen som ofta marknadsförs gemensamt. Från kommunens sida bedöms akvarellmuseet även ha betydelse för den sociala hållbarheten då lokalerna används till många andra kulturupplevelser, såsom konserter, dansföreställningar och utgör mötesplats för föreningslivet.

Att synas digitalt avgörande för att marknadsföra en plats på en internationell arena

Marknadschefen på Turistrådet Västsverige beskriver att de i den internationella marknadsföringen arbetar mycket via internationell press och arrangerar som paketerar resor. En avgörande faktor är att synas digitalt, exempelvis via den nationella turistorganisationen Visit Swedens kanaler. Därtill ser de till att hålla hög kvalitet på hemsidan med bilder och rörligt material och återkommande kampanjer. Ofta utses specifika målgrupper att fokusera på, såsom personer med intresse inom natur-, kultur och/eller mat. Det spelar en viktig roll att museet har verksamhet året runt.



Hon menar vidare att Nordiska Akvarellmuseet har en tillräcklig stark dragningskraft eftersom de har en kombination av utställningar, vacker miljö och bra restaurang. De anses även uppfylla det som krävs för att nå ut internationellt – exportmognad, digital närvaro, översatt material och förmåga att på ett bra sätt ta emot journalister. Även förekomsten av relationer och samverkan mellan aktörerna inom en destination är viktiga parametrar för att nå ut internationellt. Samverkan anses fungera bra på Tjörn och inom Södra Bohuslän, med lokala nätverk såsom "Expedition Bohuslän". Det gäller att ha förståelse hitta samverkan mellan parter som riktar sig mot liknande målgrupper och menar att det finns flera sådana framgångsrika initiativ inom Tjörns kommun.

Avslutande reflektioner

Nya arbetssätt kräver nya angreppssätt?

Från att under flera år ha handlat om att översätta och producera trycksaker för utskick, sker en övergång till en alltmer digital marknadsföring. Även besöken ska framöver kunna ske digitalt som ett led i strävan efter vidgat deltagande. Från turistrådets sida lyfts vikten av att synas digitalt som en avgörande parameter för att kunna nå ut internationellt. Den ökande digitaliseringen kan vara ett argument för att se över projektets syfte och mål, då dessa i stort sett varit identiska under lång tid. Finns det arbetsmoment som inte längre är aktuella? Vad ses idag som viktigt för att nå ut inom konstkretsar och besöksnäring? Även projektindikatorerna är angelägna att se över. Det har varit många mätetal under tiden projektet pågått och de är i vissa fall svåra att skapa sig en uppfattning om då de beskrivs på olika sätt, men ämnar mäta ungefär samma sak. Indikatorn om ”andel utländska besökare” är särskilt relevant för det här projektet, men har innan 2019 varit en uppskattad siffra utan exakta mätmetoder. Likaså kan de förväntade effekterna av arbetet med fördel ses över då de delvis i sig inte är effekter, utan mer en beskrivning av aktiviteter.

Ett löpande arbete med svårbedömda resultat

De återkommande beskrivningarna i projekthandlingarna visar att Nordiska Akvarellmuseets arbete med marknadsföring och hållbarhet inte sker projektbaserat, utan är en kontinuerligt pågående process som ständigt behöver upprätthållas. Denna bild förstärks i intervjuvären och gör samtidigt att det är svårt att peka på konkreta resultat av satsningarna. Enligt de tillfrågade aktörerna inom museet, kommunen och turistrådet har Nordiska Akvarellmuseet blivit en alltmer etablerad och uppskattad institution såväl i omvärlden som i lokalsamhället, i kombination med ett ökat inflöde av utländska turister till platsen. I vilken mån museet bidragit till den positiva utvecklingen inom besöksnäringen är svårt att visa på. Den mängd aktiviteter som beskrivs i rapporterna är troligtvis inte helt och hållet kopplade till projektet i sig, då mycket kring utställningsverksamhet, pedagogiskt arbete och samarbeten troligtvis sker inom ramen för det ordinarie anslaget. Därigenom blir det svårare att härleda genomförda insatser till uppsatta mål. Vad hade gjorts ändå? Vad har RUN:s medel för mervärde? På vilket sätt förstärker projektet den befintliga verksamheten?

Framgång genom samverkan och förankring

En framgångsfaktor tycks vara det ömsesidiga utbytet och draghjälp som sker genom samarbeten mellan Nordiska Akvarellmuseet och andra besöksmål i närområdet, samt med turistorganisationer. Under årens lopp har de utvecklat förtroenden, sammanhållning och en insikt om vikten av att vara en del av ett kompletterande utbud av kultur- och naturupplevelser. I projektrapporteringen beskrivs samarbeten och gemensamma åtaganden som löpande aktiviteter, men det framgår inte alltid vad som kommit ut av samarbetena och varför. Emellertid är detta något som blev tydligare under intervjuerna – en starkare sammanhållen lokal nivå underlättar för att nå ut internationellt. I intervjuerna signaleras även att museet spelar roll för den sociala hållbarheten bland kommunens invånare, bland annat då det fungerar som en mötesplats och erbjuder aktiviteter även under lågsäsong. Den pedagogiska verksamheten inom lärande och skapande bedöms ha stor betydelse för barnen, vilket också anses ge positiva effekter för deras familjer.

Rekommendationer

Mot bakgrund av det som framkommit i utvärderingen listas här ett antal rekommendationer inför det fortsatta arbetet:

- ***Se över projektets syfte och mål.*** Formuleringarna har varit desamma under många år trots att förutsättningarna kan ha ändrats, till exempel på grund av ökad digitalisering och förändrade resmönster. Det vore en fördel att göra ett omtag för att tydliggöra vad som i dagsläget är viktigt att fokusera på. Hur är målen tänkta att följas upp? Hur avgörs om målet är uppnått? Är det möjligt att formulera mål för projektperioden vid sidan av de mer långsiktiga visionerna? Fungerar projektets mål för styrning av aktiviteter och satsningar?
- ***Gå igenom projektindikatorerna*** och överväg vilka som är relevanta att fortsätta mäta. Vilka mätetal ger en mest talande bild av resultatet? Är det möjligt att få fram utfall? Går utfallet att påverka inom ramen för projektet eller beror det på andra faktorer i omvärlden?
- ***Inom Västra Götalandsregionen behöver vi resonera kring hur vi ser på projekt som i realiteten är verksamhetsbidrag.*** Är detta en finansieringsform som fortsatt ska finnas? Ska vi ställa samma krav på resultatredovisning jämfört med faktiska regionala utvecklingsprojekt?
- ***Ge en tydligare beskrivning av vad samarbeten ämnar resultera i.*** I projektets ansökan och rapportering nämns löpande samarbeten med en rad aktörer. För att få en bättre bild av vad som görs, vore det en fördel att tydligare definiera vad som förväntas komma ut av samarbetena. Se om det är möjligt att formulera uppföljningsbara delmål till målet om att ”främja samarbeten med övriga kultur- och konstinstitutioner i regionen”.

Referenser

Projektrapporter med tillhörande bilagor inskickade till Västra Götalandsregionen samt beslutsunderlag i ärendena:

RUN 612-0098-03, Medel till Internationella utställningar på Nordiska Akvarellmuseet

RUN 612-0579-03, Medel för att stärka kännedomen om Västra Götaland och Nordiska Akvarellmuseet i Europa

RUN 612-0798-05, Medel till Nordiska Akvarellmuseet – Internationell marknadsföring

RUN 612-0648-06, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen

RUN 612-0088-08, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen

RUN 612-1167-08, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen

RUN 612-0945-09, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götaland

RUN 612-0092-11, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen

RUN 612-0058-12, Internationell marknadsföring av Nordiska Akvarellmuseet och Västra Götalandsregionen

RUN 612-0849-12, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

RUN 612-1047-13, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

RUN 612-1068-14, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

RUN 612-1097-15, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

RUN 2017-00096, Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål i Västra Götaland

RUN 2018-00054, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål 2018

RUN 2019-00073, Stärka Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål 2019

Intervjuer

Lisa Belfrage, regionutvecklare/handläggare, Västra Götalandsregionen, 2019-12-10

Agneta Mårdsjö, ledningsstöd (tidigare handläggare av projektet), Västra Götalandsregionen, 2019-12-19

Bera Nordal, museichef & Anna Berglund, projektledare, Nordiska Akvarellmuseet, 2020-03-12

Lena Karlstedt, avdelningschef kultur- och fritidsförvaltningen, Tjörns kommun, 2020-03-18

Ann-Charlotte Carlsson, marknadschef Turistrådet Västsverige, 2020-03-27



2020-04-27

Dokumentnamn: Utvärdering av Nordiska Akvarellmuseet som hållbart och internationellt besöksmål

Diarienummer: RUN 2019-00573

Kontaktperson: Åsa Rydin Svenberg, koncernavdelning data och analys

Telefon: 070-394 09 20

E-post: asa.rydin@vgregion.se