

Handläggare  
Säfsten Agneta

Datum  
2019-05-21  
2019-06-10, reviderad

Diarienummer  
GSN-2019-1558

Gatu- och samhällsmiljönämnden

## Ulva utvecklingsplan

### Förslag till beslut

Gatu- och samhällsmiljönämnden föreslås besluta

**att** tillstyrka Sport- och rekreationsfastigheter AB:s utvecklingsplan för Ulva Kvarn.

### Sammanfattning

Fastighetsägaren Sport- och rekreationsfastigheter AB har tagit fram ett förslag på utvecklingsplan för besöksområdet Ulva Kvarn som omfattar såväl upprustning av befintliga byggnader, nybyggnation av besökscenter/kafé och åtgärder i den yttre miljön, som satsningar på fler aktiviteter i området genom samverkan mellan flera parter – se bilaga 2.

För att kunna verkställa utvecklingsplanen behövs investeringar som genererar ökade driftkostnader för ansvarig nämnd, det vill säga gatu- och samhällsmiljönämnden, göras. Förutsättningen för att kunna genomföra dessa åtgärder är därmed att driftmedel tillförs gatu- och samhällsmiljönämnden i budgetprocessen vid framtagandet av mål och budget.

### Ärendet

Besöksområdet Ulva Kvarn har varit i kommunens ägo sedan 1963. Sedan 2013 ägs och förvaltas fastigheten av det kommunala bolaget Sport- och rekreationsfastigheter AB (Sportfastigheter). Ansvarig nämnd för verksamheten i området och den yttre miljön är sedan 2012 gatu- och samhällsmiljönämnden.

På 80-talet började lokalerna hyras ut till hantverkare och området har utvecklats till ett besöksmål för Uppsalabor såväl som besökande gäster utifrån. Genom åren har flera utredningar och förslag på verksamhets- och fastighetsutveckling tagits fram för Ulva Kvarn. Men beslut om åtgärder har inte tilldelats några nya medel, så de har inte kunnat genomföras annat än marginellt. Åren 2016-2017 tog Destination Uppsala fram en förstudie på uppdrag av gatu- och samhällsmiljönämnden – se bilaga 1, som den nu aktuella utvecklingsplanen från Sportfastigheter 2018 bygger på – se bilaga 2. I denna plan har man tydligt pekat ut vilka

resurser som behöver skjutas till för att kunna rusta byggnader och få den utveckling av verksamheterna i området som föreslås.

Enligt förslaget betalar nuvarande hyresgäster en marknadsmässig hyra baserad på läget, men dessa intäkter kan inte förväntas täcka hela kostnaden för fastighetens underhåll, drift och yttre skötsel. En insats/subvention krävs från ansvarig nämnd, d.v.s. gatu- och samhällsmiljönämnden, för att kunna erbjuda önskat rekreativsvärde och hålla öppet för allmänhet/besökare samt uppvisa lokaler i gott skick, på samma sätt som gäller för idrotts- och kulturlokaler i kommunen.

Förslaget som framförs i Sportfastigheters utvecklingsplan innebär sammanfattat följande åtgärder:

- a) **Kulturmiljövårderna** vårdas, förstärks och synliggörs.
- b) Förutsättningar ges för **aktiva kultur-och friluftsupplevelser året runt**.
- c) **Ett nybyggt besökscentrum** med café/restaurant är ett nav på området.
- d) **Hantverksföreningen** är en nyckel i verksamhetsutvecklingen tillsammans med projektledare i ett nyinrättat programråd.
- e) **Den genuina bebyggelsemiljön** är pietetsfullt upprustad och naturgivna värdena vårdas.
- f) **Den yttre miljön** inbjuder till ett brett utbud av både egna och gemensamma aktiviteter.
- g) **Tillgängligheten** är förbättrad genom cykelvägar och utvecklad lokaltrafik

För att kunna verkställa utvecklingsplanen behöver Sportfastigheter göra investeringar som genererar ökade driftkostnader för ansvarig nämnd, d.v.s. gatu- och samhällsmiljönämnden. Förutsättningen för att kunna genomföra dessa åtgärder är därmed att driftmedel tillförs gatu- och samhällsmiljönämnden i mål och budget, d.v.s. ärendet måste fortsätta beredas inom budgetprocessen.

Utveckling av besöksområdet Ulva Kvarn bör även vägas mot satsningar i andra prioriterade friluftsområden som gatu- och samhällsmiljönämnden ansvarar för.

## Ekonomiska konsekvenser

Ökning av GSN:s driftkostnader enl. utvecklingsplan	Ökad driftkostnad (tkr) år 2020	Ökad driftkostnad (tkr) år 2021	Ökad driftkostnad (tkr) år 2022	Ökad driftkostnad (tkr) år 2023	SUMMA år 2023 (tkr)
a) Hyresökning investering yttre miljö		400	400	200	1000
b) Hyresökning investering nytt besökscentrum				1800	1800
c) Hyresökning större underhåll	300				300
Driftkostnad skötsel yttre miljö	200			200	400
Medfinansiering programråd	50				50
<b>SUMMA (tkr)</b>	<b>550</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>2200</b>	<b>3550</b>

Tabell 1: Sportfastigheters beräkningar av GSN:s ökade driftkostnader, enl. utvecklingsplan

Vid summering av gatu- och samhällsmiljönämndens driftkostnader för Ulva idag med beräknad ökning enligt utvecklingsplanen i tabell 1 ovan, blir nettokostnaden 5 650 tkr år 2023 – se tabell 2 nedan.

Driftkostnader 2019	3 000 tkr
Hyresintäkter från hantverkare 2019	- 700 tkr
Ökning driftkostnader 2020-2023	3 550 tkr
Ev. ökade hyresintäkter från hantverkare fr.o.m. år 2023	- 200 tkr
<b>NETTO driftkostnader år 2023</b>	<b>5 650 tkr</b>

Tabell 2: Summering av GSN:s totala nettokostnader år 2023, enl. utvecklingsplanen

Föreslagna åtgärder och ökade kostnader för besöksmålet Ulva Kvarn bör även vägas mot kommande förslag på ökade kostnader för satsningar i de fyra prioriterade friluftsområdena som gatu- och samhällsmiljönämnden också ansvarar för. Ärenden kring utveckling av dessa friluftsområden beräknas presenteras för nämnden under hösten 2019.

	Föreslagna ökade driftkostnader år 2020-2023 (tkr)	Föreslagna GSN-investeringar år 2020-2023 (tkr)
Fjällnora*	600	1 100
Björklinge	1 700	1 400
Hammarskog	3 800	30 600
Sunnerstaåsen	300	5 000
<b>SUMMA:</b>	<b>6 400</b>	<b>38 100</b>

*Tabell 3 över föreslagna ökade kostnader för GSN i friluftsområden åren 2020-2023*

*\* Utvecklingsplan ej framtagen för Fjällnora ännu, endast nytt servicehus och ytterligare några små insatser är medräknade här*

För att få en total bild över hela kommunens ökade driftkostnader, om föreslagna åtgärder inom de prioriterade friluftsområdena genomförs, bifogas också tabell 4 nedan. Tabellen förklarar även summan på ca 7 mkr som tidigare redovisats för mittstyret.

	Nämnd	Föreslagna ökade driftkostnader år 2020-2023 (tkr)
Fjällnora*	GSN	600
Björklinge	GSN	1 700
	<i>KTN</i>	250
Hammarskog	GSN	3 800
	<i>KTN</i>	525
Sunnerstaåsen	GSN	300
	<i>IFN</i>	75
<b>SUMMA</b>		<b>7 250</b>

*Tabell 4 över föreslagna ökade driftkostnader för alla inblandade nämnder i friluftsområden åren 2020-2023*

Stadsbyggnadsförvaltningen

## Förstudierapport Ulva kvarn.



**Projekt Ulva Kvarn**  
"Avkoppling och upplevelser"

**Naturupplevelser**

- Historia på plats
- Genomgången
- Kulturen
- Eventering
- Mat & Dryck

**Ulva Kvarn – där Dåtid möter Nutid och Framtid**

Ulva Kvarn ska drivas och förvaltas av en kreativ, modig, kommersiellt och mångkulturellt inriktad kraft som kan skapa en glänsande attraktionskraft hos rätt typ av intressenter och fler och nya besökare.

Verksamheten baseras på idén att mångfald berikar och inspirerar. Här finns något för många. Ulva Kvarn ska vara ett närliggande kulturbesöks- och utställningsområde som erbjuder ett stort utbud av aktiviteter och upplevelser som möter naturen och historien och står till för många.

## Beslutsunderlag för bättre huvudmannan-/ledarskap och förvaltning.

## Innehållsförteckning

1. **Sammanfattning**
2. **Bakgrund**
3. **Uppdraget**
  - 3.1 Syfte och mål med förstudien
4. **Organisation**
  - 4.1 Samverkan/ samarbeten
  - 4.2 Underleverantörer
5. **Nulägesbeskrivning**
  - 5.1 Enkätfrågorna. Metod, respondenter och svarfrekvens
  - 5.2 Sammanställning av resultatet av enkätintervjuer
  - 5.3 Observationer på området
  - 5.4 Slutsatser
6. **Beslutsunderlag och förslag – Strategidokument del 1**
  - 6.1 Vision och varumärkeslöfte. Workshop
  - 6.2 Marknadsundersökning
  - 6.3 Benchmarking
  - 6.4 Riskanalys
  - 6.5 Konkurrentanalys
  - 6.6 Förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannskap
  - 6.7 Förslag till framtagande av - Strategidokument del 2

## 1. Sammanfattning

### Bakgrund

Uppsala kommun har ett besöksmål, Ulva kvarn, som idag inte utnyttjas till sin fulla potential. Utbudet behöver förbättras för att öka attraktionskraften för både Uppsalabor och externa besökare, och förutsättningarna för aktörerna behöver stärkas så att de kan verka långsiktigt på platsen.

### Uppdraget

Stadsbyggnadsförvaltningen har uppdragit till Destination Uppsala att göra en förstudie, en översyn, av hur verksamheten i Ulva kvarn bättre kan förvaltas, samt en utvärdering av vilken kommunal part som lämpligen bör ha huvudmannskapet/ledarskapet över verksamheterna.

### Beslutsunderlag och förslag

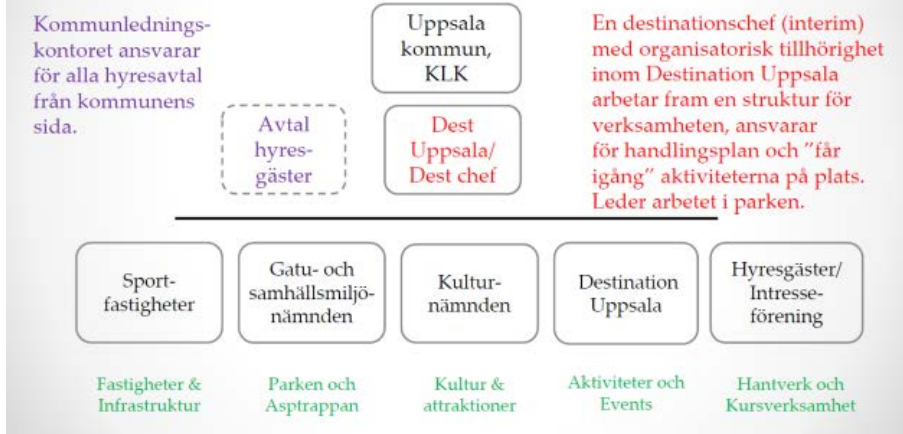
Förstudien inleddes med en workshop där politiker och tjänstemän från berörda nämnder, förvaltningar och bolag formulerade en vision och ett varumärkeslöfte.

Vision: *Ulva kvarn är en plats omgiven av naturens brus och med ett kontrastrikt utbud av god kvalitet.*

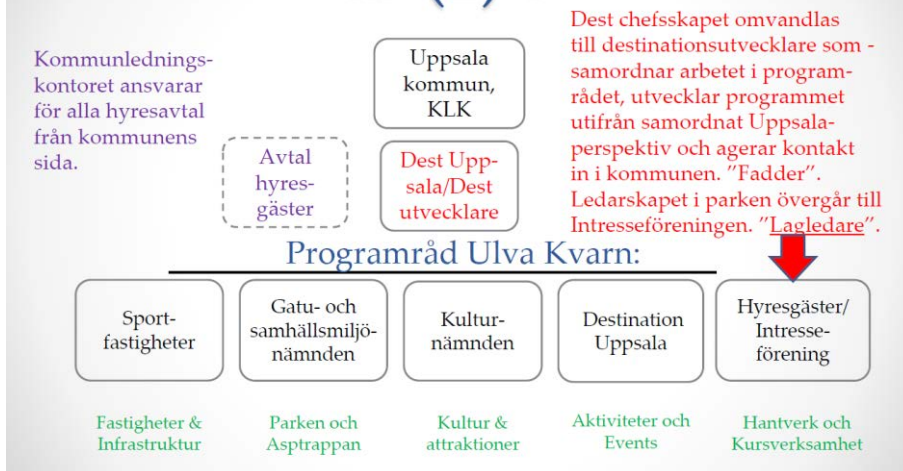
Varumärkeslöfte: *För människor som uppskattar gemenskap, lugn och enkelhet erbjuder Ulva kvarn avkoppling, eget skapande, god mat och aktiva upplevelser som gör att de känner sig entusiastiska, inspirerade och harmoniska.*

Med ledning av vision, varumärkeslöftet, en nulägesanalys och en marknadsundersökning samt benchmarking- och risk- och konkurrentanalyser presenterades nedanstående förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannskap:

# Funktioner och ansvar år 1-2



# Funktioner och ansvar år (2) 3-



\* En förutsättning för ovan föreslagna ansvars-/rollfördelningen ska fungera är att kommunen ser över de berörda nämndernas möjligheter till att bedriva den verksamhet som föreslås.



## 2. Bakgrund

Uppsala kommun har ett besöksmål, Ulva kvarn, som idag inte utnyttjas till sin fulla potential. Utbudet behöver förbättras för att öka attraktionskraften för både Uppsalabor och externa besökare, och förutsättningarna för aktörerna behöver stärkas så att de kan verka långsiktigt på platsen.

I Ulva finns både ett parkområde och en hantverksby. Stadsbyggnadsförvaltningen vill göra en översyn av hur verksamheten i Ulva kvarn bättre kan förvaltas, samt en utvärdering av vilken kommunal part som lämpligen bör ha huvudmannskapet/ledarskapet över verksamheterna.

Verksamheterna på Ulva har idag olika inriktning:

- Verksamheter av ren hantverkskaraktär (silversmide, glashytta....).
- Verksamheter inriktade på kommersiell handel av antikviteter och secondhand.
- Verksamhet som inriktade på utskänkning av mat eller fika.

Gatu- och samhällsmiljönämnden har givit Stadsbyggnadsförvaltningen i uppdrag att utreda framtiden för besöksmålet Ulva kvarn. För att göra detta uppdrogs Stadsbyggnadsförvaltningen att engagera en projektledare med erfarenhet från besöksnäringen. Projektledaren skall inom ramen för projektets resurser ta in de kompetenser som behövs för förstudiens genomförande.

Destination Uppsala och näringslivskontoret i Uppsala kommun inbjöds till ett möte den 15 juni för att diskutera frågan och för att få delge sina synpunkter kring dessa besöksmål.

Vid mötet den 15 juni 2016 beslutades att Destination Uppsala tillsammans med näringslivskontoret skulle ta fram ett förslag till projektdirektiv för förstudien.

Förslag till projektdirektivet överlämnades till Stadsbyggnadsförvaltningen och godkändes för fortsatt handläggning.

Den 7 oktober tecknades ett avtal mellan Stadsbyggnadsförvaltningen och Destination Uppsala om genomförandet av två förstudier, en för besöksmålet Ulva kvarn och en för Hammarskogs friluftsområde. Förstudier att utföras under perioden oktober- april 2017.

## 3. Uppdraget

### 3.1 Syfte med förstudien

- att ta fram en accepterad och gemensam vision och framtidsbild
- att göra en beskrivning av nuläget
- att ge förslag på organisation/rollfördelning mellan kommunen, föreningsliv och privata entreprenörer när det gäller den verksamhet som skall bedrivas inom besöksmålet. Målet är att verksamheterna skall kunna bedrivas utan hyressubventioner från kommunen
- att ta fram ett beslutsunderlag för hur verksamheten bättre kan förvaltas samt en utvärdering av vilken kommunal part som lämpligen bör ha huvudmannskapet/ledarskapet över verksamheterna.

## 4. Organisation

### 4.1 Samverkan/ samarbeten

I förstudien har samverkan skett mellan följande parter;

Uppdragsgivare, Stadsbyggnadsförvaltningen

- Roger Lindström/Per-Erik Johansson

Uppdragstagare, Destination Uppsala:

- Brita Zetterberg Blom, projektledare
- Stefan Pettersson, marknadschef

Arbetsgrupp

- Brita Zetterberg Blom, Destination Uppsala
- Agneta Säfström, Stadsbyggnadsförvaltningen
- Inga-Lill Ekberg, Stadsbyggnadsförvaltningen

Uppdragsgivarens roll och ansvar:

- Ta beslut enligt projektplanen
- Stödja projektledarens arbete
- Verka för att uppdragsgivaren, arbetsgrupp, projektgrupp, workshopdeltagare, respondenter i enkätundersökningen m fl medverkande parter har respekt för upprättad tidsplan

Övriga resurser, övriga representanter från SBF, ansvar:

- Stödja projektledarens arbete
- Verka för att uppdragsgivare, arbetsgrupp, projektgrupp, workshopdeltagare, respondenter i enkätundersökningen m fl i processen medverkande parter har respekt för upprättad tidsplan
- Leverera enligt aktivitetsplan såsom exempelvis vara bollplank vid framtagande av enkäter, kontakter med tänkta respondenter för att få ett godkännande för att de medverkar enkätundersökningen. Delta i arbetsmöten, planering och genomförande av workshops
- Delta i planeringen av marknadsundersökningen
- Utse personer till projektgruppen och medverkande i workshops
- Vid förfrågan från projektledning eller konsult överlämna en beskrivning av nuvarande organisationsform, budget och resultat
- Projektgrupp, stödja SBF och DUAB. Ledamöter beslutas av SBF snarast efter startmötet.
- Workshopdeltagare, input till processen. Deltar på workshops. Medverkande beslutas av SBF snarast efter startmötet.

Projektledarens roll och ansvar:

- Planera, leda och genomföra förstudien enligt beslutad projekt- och tidsplan.
- Fatta beslut inom upprättad budget

Projektgruppen:

Det har funnits en projektgruppen knuten till förstudien som har bestått av representanter från följande förvaltningar och bolag

Ann-Charlotte Berger-Dargy Kommunledningskontoret, näringsliv  
Ingemar Carlsson, Stadsbyggnadsförvaltningen  
Inga-Lill Ekberg, Stadsbyggnadsförvaltningen  
Björn Eriksson, Sport- och Rekreationsfastigheter AB  
Mikael Franzén, Stadsbyggnadsförvaltningen  
Pia Sörås-Staflin, Kulturförvaltningen  
Eva Sterte, Sport- och Rekreationsfastigheter AB  
Agneta Säfsten, Stadsbyggnadsförvaltningen  
Uppdragsgivaren, Per-Erik Johansson, Stadsbyggnadsförvaltningen har medverkat på ett antal möten

Projektgruppens roll:

Projektgruppen har varit rådgivande för projektledaren och uppdragsgivaren. Gruppen har haft 4 st minnesantecknade möten.

Sypunkter från projektgruppen har tagits tillvara under processen och finns i minnesanteckningar i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.

#### **4.2 Underleverantörer**

Två underleverantörer har anlitats i förstudien. För marknadsundersökningen Provos Research, Uppsala, och för förslag till organisation, rollfördelning och förvaltning, Manchester Management, Stockholm.

### **5. Nulägesbeskrivning**

En av förstudiens leverabler var att göra en beskrivning av nuläget på området i syfte att fastställa nollårsvärden.

För att få en bild av nuläget har skriftliga frågor ställts till aktörerna på området och till Stadsbyggnadskontoret. Ett ytterligare sätt att få en bild av nuläget var att göra observationer på plats, att beskriva ett antal "ögonblicksbilder" av de upplevelser som möter besökarna i Ulva.

#### **5.1 Enkätfrågorna. Metod, respondenter och svarfrekvens**

Metod:

- Frågorna har formulerats av Destination Uppsala och godkänts av Stadsbyggnadsförvaltningen. Frågenkäterna har besvarats digitalt, (Survey Monkey). Svarstiden har varit ca en vecka. Två påminnelser har skickats ut. Avseende observationerna se nedan.

Respondenter, aktörerna:

- Frenesi Design – Silversmedjan
- Ulva krog
- Ulva diversehandel
- Alvens Ateljé

- Cafe Ulva kvarn
- Vinden i Ulva
- Skuttungen konstnärskollektiv
- Glashyttan Ulven AB
- Forkarbyholm
- Ulvagubben

Respondenter kommunen; Stadsbyggnadsförvaltningen, lokalförsörjning.

Svarsfrekvens:

Endast en av respondenterna (aktörerna) har, valt att inte svara på enkäten. Svarsdatum 30 november. Två påminnelser har skickats ut.

## 5.2 Sammanfattning av resultatet av enkätintervjuer

En sammanställning har gjorts per respondentgrupp:

- Aktörerna/verksamhetsansvariga på området
- Stadsbyggnadsförvaltningen

Svar från aktörerna/verksamhetsansvariga på området

Mätningar:

Inga mätningar av antal besökare är gjorda, endast kvalificerade uppskattningar, till bl. a. "Destination Uppsalas officiella besöksmålsstatistik". Skattningar relaterat till inkomster, d v s man mäter/jämför kassaintäkter, och relaterar detta till besöksströmmar

Inga mätningar av var besökarna kommer ifrån (geografiskt) är gjorda. Någon har en bild genom samtal med kunder. Inga mätningar av demografiska faktorer är gjorda.

Finns det bokningsbara upplevelser för enskilda?

- 3 st aktörer erbjuder 1-5 aktiviteter
- Antal personer som bokat de bokningsbara upplevelserna, tre svar; 1-40, 101-200, fler än 201

Finns det bokningsbara upplevelser att boka för personer som bildar grupp?

- 3 st aktörer, erbjuder: 2 st 1-5 aktiviteter, 1 st fler än 10 aktiviteter
- Antal personer som bokat bokningsbara upplevelserna, tre har svarat; 1-40, 41-100, 101-200

Finns det bokningsbara upplevelser att boka för färdiga grupper?

- 3 st aktörer erbjuder: 2 st 1-5 aktiviteter, 1 st 6-10 aktiviteter
- Antal grupper, 2 st har svarat fler än 20 grupper

Hållbarhetsanpassning: 6 st aktörer svarar "på olika sätt", 2 aktörer svarar inget

Besöksströmmar säsong: Stora variationer, sommar helger, evenemang. Kurser hela året.

Besöksströmmar veckodagar: Sommar ingen skillnad, annars helger (caféet)

Kommentarer avtalet med kommunen: Olika uppfattning om att öppettider är reglerat. Dyr el.

#### Marknadsföring:

- Målgrupper: relativt allmänt d v s lite riktad marknadsföring, någon bearbetar relaterat till intresseinriktning
- Kanaler: digitalt och föreningen annonserar i UNT
- Omfattning, marknadsföring antal kronor; spritt, de flesta 1-5 000 kr

Samverkan: Samverkan genom Ulvaföreningen. Omsättning 2016: från 30 000 - 2 miljoner kronor.  
Julmarknaden omsättning 2016: från 1 000-45 000 kronor

Vilken verksamhet bedrivs i lokalerna: alla aktörer har försäljning, 5 produktion, 4 administration

Försäljning genom andra kanaler: 4 aktörer svarar ja och 4 svarar nej

Standard lokaler: 3,4 (på en skala 1-6)

Lokalernas anpassning: 3,4 (på en skala 1-6)

Information om det samlade utbudet: 3,1 (på en skala 1-6)

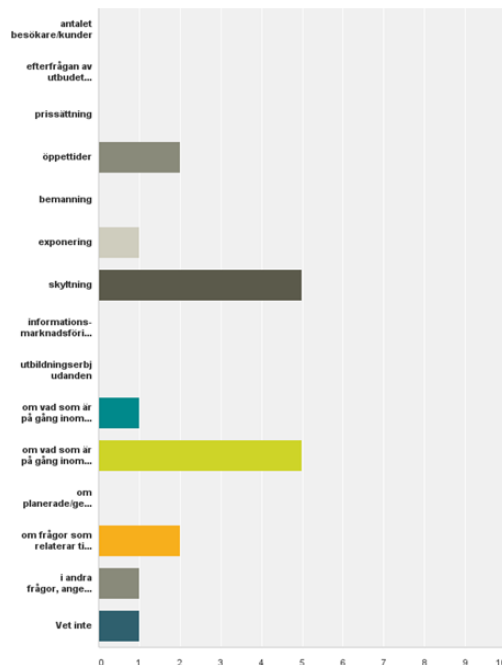
Service mat och dryck: 2,4 (på en skala 1-6)

Toaletter mm: 4,4 (på en skala 1-6)

Kontakter med kommunen:

**Q31: Kommunen strävar efter att, med de resurser som finns avsatta, vara ett stöd för aktörer på området. I vilka frågor har ni haft personlig kontakt med Stadsbyggnadsförvaltningen (information och diskussion) (2016)?**

Svarade: 8 Hoppade över: 0



Kort sammanfattning Stadsbyggnadsförvaltningens svar:

- Kommunen har ingen extern finansiering, inget hållbarhetsarbete, inga aktiviteter i egen regi
- I avtalen med entreprenörerna ingår: öppettider, städning och gemensamt ansvar för utveckling
- Lokalernas standard 2 (på en skala 1-6) (men också låg hyra)
- Lokalernas anpassning, 3 (på en skala 1-6) (kvarnen ok)
- Marknadsföring, ingen riktad, kommunens hemsida, kr 0
- Kommunens personliga kontakt med entreprenörerna berör skyltning och hyresavtalen
- Grad av förutsättningsskapande (kommunens roll i förhållande till entreprenörerna) 1 (på en skala 1-6)
- Samordnade möten och nyhetsbrev? nej
- Inspiration till kunden av hela upplevelseutbudet? nej.
- Kommunen arrangerar inga egna evenemang.
- Entreprenörerna håller öppet enligt information? 4 (på en skala 1-6)

### 5.3 Observationer på området

För att få ett antal "ögonblicksbilder" av de upplevelser som möter besökarna i Ulva har ett antal observationer gjorts på plats under september och november.

Syftet med att göra observationer, ögonblicksbilder, av nuläget i Ulva kvarn har varit att observera sådana företeelser som kan påverka besökarens "nöjdhetsgrad"

- Observationerna har gjorts vid ett mycket begränsat antal tillfällen, 3 st, med anledning av att projektet kom igång relativt sent på säsongen, och av ekonomiska skäl. Observatörer har varit personal från Destination Uppsala.
- Observationer har gjorts vid följande tillfällen: 18 september, 25 september och 19 november.

Kort sammanfattning observationerna: *(beakta mycket få observationstillfällen)*

- Ålder: 40-64 (70%), 65+ (20%), 25-39 (10%)
- Resesällskap: barnfamiljer (5%), par eller mindre grupp (95%)
- Städad och snyggt (ej toalett), välkomnande lågt, titta mer än köpa, "strosar mållöst" i området, låg aktivitetsgrad

### 5.4 Slutsatser

Inga slutsatser har dragits av genomförda intervjuer och observationer då detta inte var syftet med nulägesbeskrivningen. Materialet skall användas i kommande steg i utvecklingsprocessen.

*En sammanställning av nulägesbeskrivningen, hela och i en sammanfattning, finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

## 6. Beslutsunderlag och förslag - Strategidokument, del 1

### 6.1 Vision och varumärkeslöfte. Workshop.

I början av förstudien arrangerades en workshop med syfte att som ett första steg i utredningen formulera den övergripande visionen för besöksmålet. En framtidsvision för Ulva kvarn friluftsområde, för att skapa ett attraktivare besöksmål i Uppsala.

Inbjudna till workshopen var förtroendevalda och tjänstemän för gatu- och samhällsmiljönämnden, idrotts- och fritidsnämnden, kulturnämnden, kommunstyrelsen samt fastighetsägaren Sport- och rekreationsfastigheter AB.

Deltagare på workshopen var:

Förtroende valda

Johan Lundqvist, (MP), ordförande i gatu- och samhällsmiljönämnden

Marie Nordström (C)2:e vice ordförande Gatu- och samhällsmiljönämnden

Tjänstemän

Sten Bernhardsson, Kulturförvaltningen

Mats Eriksson, Kommunledningskontoret

Björn Eriksson, Sportfastigheter

Eva Sterte, Sportfastigheter

Arbetsgruppen för förstudien

Inga Lill Ekber, Stadsbyggnadsförvaltningen

Roger Lindström, Stadsbyggnadsförvaltningen

Agneta Säfstén, Stadsbyggnadsförvaltningen

Brita Zetteberg Blom, Destination Uppsala

Workshopledare

Stefan Pettersson, Destination Uppsala

Workshoparbetet delades upp i två moment, workshop 1 vision, och workshop 2 varumärkeslöfte.

Workshop 1, att formulera en vision och framtidsbild för Ulva kvarn friluftsområde. En vision som kommer att ange riktningen i det kommande utvecklingsarbetet.

Grupperna diskuterade fram tre gemensamma ord/kärnvärden per grupp, de båda grupperna presenterade sina förslag, och av de sex kvarvarande orden röstades sedan tre ord/kärnvärden fram: Kontraster - Kvalitet – Naturbrus.

Destination Uppsalas formulerade efter mötet en mening av dessa tre kärnvärden, till en vision:

***Ulva kvarn är en plats omgiven av naturens brus och med ett kontrastrikt utbud av god kvalitet.***

Workshop 2, att formulera ett varumärkeslöfte. Grupperna arbetade i fyra steg, fyra områden:

- Värderingar (vad värderar den mest lojala besökaren?)
- Erbjudande (vad vill vi erbjuda besökarna?)
- Känsla (hur vill vi att besökarna känner sig vid besöket?)
- Personlighet (om Ulva kvarn friluftsområde hade en personlighet vilken skulle den vara?)

Tre ord prioriterades fram per område och arbetsgrupp, och genom röstning formulerades följande varumärkeslöfte:

***För människor som uppskattar gemenskap, lugn och enkelhet erbjuder Ulva kvarn avkoppling, eget skapande, god mat och aktiva upplevelser som gör att de känner sig entusiastiska, inspirerade och harmoniska.***

## **6.2 Marknadsundersökning**

För att genomföra marknadsundersökningen anlätades företaget Provos Research AB med erfarenhet av många liknande uppdrag, bl a Uppsalaenkäten.

### **Undersökningens syfte**

Marknadsundersökningen skall ge svar på:

1. Vad som uppskattas (drivkrafter) vid val av aktiviteter och besöksmål
2. Målgruppens definition och profil
3. Hur man hämtar information i samband med val av besöksmål
4. Vad som efterfrågas vid ett dagsbesök till ett utflyktsmål
5. Hur Ulva kvarn idag förhåller sig till den framtida positionen

### **Metod och urval**

Respondenter: Uppsala län, Allmänheten

Metod: webbenkät

Antal svar: 600 fördelade 360 Uppsala kommun och 240 övriga kommuner

Tidpunkt: 2017-01-04 till 2017-01-26

Målgruppen för Ulva kvarn är de personer som delar/uppskattar varumärkeslöftet



### **Sammanfattning av marknadsundersökningen**

Undersökningen visar på skillnaden mellan de som tillhör målgruppen och allmänheten:

I övriga kommuner (länets kommuner exklusive Uppsala) utgör målgruppen en lite större andel av befolkningen, 43 % mot 36 % i Uppsala.

Målgruppen är högst representerad i grupperna kvinnor och medelålders.

Av åldersgrupperna är medelålders bäst representerad i målgruppen. Av barnhushållen tillhör också en större del målgruppen. När vi jämför undergrupperna med "Alla" är dock skillnaderna inom felmarginalen.

Skillnaden mellan länsdelarna är störst i den yngre gruppen där andelen som tillhör målgruppen är 10 % större i övriga kommuner än i Uppsala vilket ändå är inom felmarginalen då antalet respondenter i åldersgruppen är lågt.

Vad gäller intressen är det ett 10-tal saker som i större utsträckning intresserar de som tillhör målgruppen jämfört med allmänheten:

- Utflykt med fika/matsäck
- Besöka marknader (med exempelvis mat och hantverk)
- Restaurangbesök (gourmet)
- Matlagning
- Titta på film/serier
- Gå på Café
- Loppis/kuriosa
- Antikhandel
- Sol och bad
- Hantverksbutiker
- Heminredning

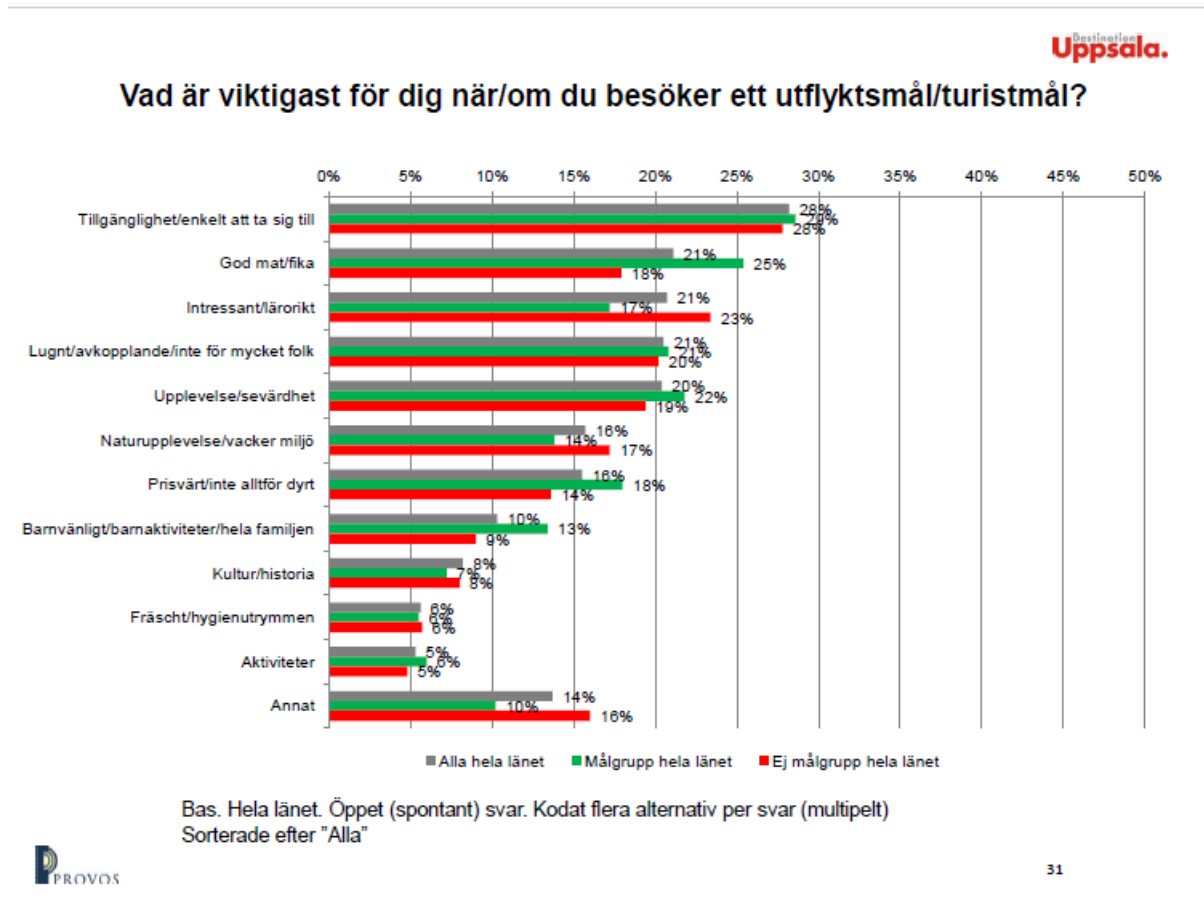
Fråga till respondenterna: Hur brukar du få inspiration och information om ett utflyktsmål/turistmål?

Det är stor skillnad mellan åldrar samt även en viss skillnad mellan könen. Målgruppen är mer aktiv och söker information och anger dessutom fler källor.

Skillnaderna hittar vi främst för morgontidningar och sociala medier. Kvinnor anger generellt fler informationskällor än män.

Fråga till respondenterna: Vad som efterfrågas vid ett dagsbesök till ett utflyktsmål?

För att belysa vad som efterfrågas har respondenten först fått svara på en öppen fråga om vad respondenten spontant tycker är viktigast. Därefter kommer tre frågor om kommunikation, följt av en värdering av 24 utsagor.



Bland de spontana svaren är "tillgänglighet" allra viktigast oavsett grupp. "Prisvärdheten" är viktig för de yngre medan övriga verkar mindre priskänsliga.

"God mat/fika" och "barnvänlighet" är viktiga för målgruppen i jämförelse med "Alla".

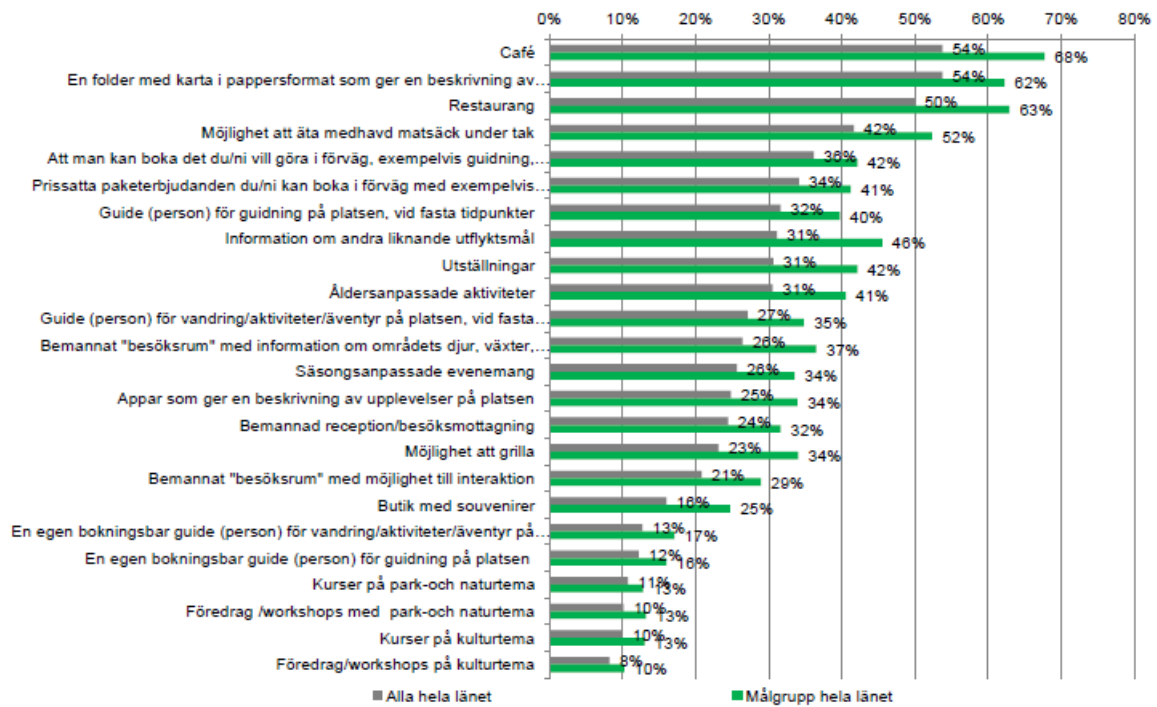
"Allmänna kommunikationer" är viktigare för Uppsalaborna, troligen beroende på att "bara" 71 % har bil mot 94 % i övriga kommuner.

För målgruppen/Uppsala är vikten av allmänna kommunikationer ännu tydligare.

Av de 24 fasta punkterna är det många som får högre värden från målgruppen än från allmänheten. "Café, restaurang och pappersfolder" rankas högt. Graferna visar två saker, dels hur varje punkt rangordnas och dels hur målgruppens värdering skiljer sig från allmänhetens.

## Hur viktigt är det med tillgång till följande när du besöker ett utflyktsmål/turistmål?

Basinstans  
**Uppsala.**



Grafen visar höga värden (7-10), sorterade efter "Alla"  
Hela skalan: 1 Helt oviktigt 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Mycket viktigt + vet ej

35

Även ett antal frågor om kännedom om och besök på Ulva kvarn ställdes till respondenterna, trots att detta egentligen låg utanför undersökningsbyråns uppdrag och undersökningens syfte:

Kännedom, 69 % höga värden i Uppsala är mycket högt, i klass med de allra starkaste lokala konsumentvarumärkena. Endast 10 % i Uppsala känner inte alls till Ulva kvarn. Som ett genomsnitt är detta inte så många men i åldern 18-32 år är det 25 % från Uppsala som markerar 1:a (känner inte alls till).

Kännedomen om Ulva kvarn är obetydligt bättre i målgruppen.

Målgruppen från Uppsala kommun har besökt Ulva kvarn i betydligt större utsträckning än befolkningen i stort.

Från länets övriga kommuner är dock antalet besökare betydligt färre, 12 % av dessa har besökt Ulva kvarn det senaste året. Ingen större skillnad om man tillhör målgruppen eller inte.

Beträffande färdssätt är det värt att notera att 11 % från övriga kommuner kommer på motorcykel vilket endast 1 % från Uppsala gör.

*Hela marknadsundersökningen finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

### 6.3 Benchmarking

Tre anläggningar har, enligt projektplanen, studerats i benchmarkingsyfte:

Rademachersmedjorna i Eskilstuna, <https://www.eskilstuna.se/uppleva-och-gora/museer-och-konst/rademachersmedjorna.html>



*Rademachersmedjorna i Eskilstuna ett öppet friluftsmuseum mitt i Eskilstuna.*

*Här finns ett flertal välbevarade hus från Reinhold Rademachers smidesmanufaktur från 1600-talet. I området finns flera små företag som utför traditionellt hantverk och även har öppet för försäljning. Utomhus finns flera utställningar, öppna dygnet runt, året om. Fri entré.*

*Rademachersmedjorna har ett flertal välbevarade hus från Reinhold Rademachers smidesmanufaktur från 1650-talet. Här finns aktiva hantverkare, museum, café och restaurang. Flera av husen som från början rymde både arbetsplats och bostad står kvar där de en gång byggdes.*

Rademachersmedjorna är en del av Eskilstuna stadsmuseums verksamhet. Eskilstuna stadsmuseum ägs av Eskilstuna kommun. Byggnaderna ägs av kommunens bostadsbolag. Stadsmuseet tillhör Kulturförvaltningen (Kulturnämnden).

I vissa av Rademacher smedjorna driver museet verksamhet och museet har också utomhusutställningar. Eskilstuna stadsmuseum hyr ut smedjor i andra hand (själva hyr de av bostadsbolaget) och avtalar med entreprenörerna.

Rademachersmedjorna i Eskilstuna har en mycket likartad organisationsstruktur som Ulva kvarn. Eskilstuna kommun har arbetat med utredning av samma utvecklings-och organisationsfrågor som Uppsala kommun/Ulva kvarn gör just nu. Dessa erfarenheter har tillvaratagits i förslaget till organisation och rollfördelning, se kap. 6.6. .

Bonnstan - Skellefteås kyrkstad, <http://www.vbm.se/sv/om-museet/organisation.html>



*Bonnstan är skelleftebornas namn på den pittoreska lilla kyrkstaden som finns mellan Nordanå och Landsförsamlingens kyrka. Bonnstan har anor från 1600-talet. Flera av timmerbyggnaderna är mer än 150 år gamla. Kyrkstaden, 116 kyrkstadshus med sammanlagt 392 kamrar, användes under kyrkopliktens tid för övernattnig vid kyrkbesök.*

Skellefteå museum har översyn av att kulturarvet Bonnstan skall fortleva, såsom frågor om den fysiska skötseln av kammare, frågor om försäljning/köp sköts av [Skellefteå pastorat](#). Riksantikvarieämbetet ansvarar för underhåll av byggnaderna.

Kamrarna i Bonnstan i Skellefteå ägs privat och har på senare år fått något av en renässans. För att samordna ägarna av bonnstanskamrarna finns en förening, som bl a ansvarar för Bonnstans hemsida.

Föreningen sköter all vardaglig drift (t ex midsommarfirande, bonnstadshelgen, och öppethållande av en kammare), verksamheten och marknadsföring. De kan söka stöd och bidrag för detta genom Kulturförvaltningen.

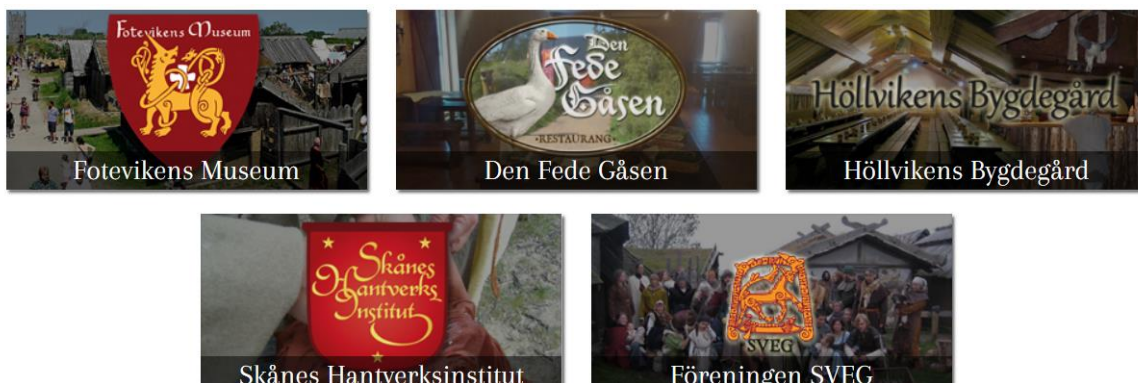
**Fotevikens Kulturcentret och Fotevikens museum** <http://www.fotevikensmuseum.se/>



*Fotevikens Museum, som skapades 1995, är en offentlig institution tillika ett kommunalt museum i Vellinge Kommun. Museet är remissinstans för arkeologiska ärenden i kommunen. Fotevikens Museum är med sin vikingastad ett arkeologiskt friluftsmuseum, med experimentell arkeologi och levande historia som huvuduppgift. Inom Europa går denna typ av museer under beteckningen "Archaeological Open Air Museum".*

Fotevikens Kulturcenter är samlingsnamnet på de institutioner och företag som befinner sig inom Fotevikens Museums område och vilka alla samarbetar med museet och i de projekt som genereras enskilt eller tillsammans inom gruppen.

Fotevikens Kulturcentret där bl. a. Fotevikens museum ingår har en mycket intressant organisationsstruktur, speciellt i ett samverkans- och finansieringsperspektiv. Kulturcentret består av dels offentliga organisationer, dels privata entreprenörer och föreningar, vilket ger ett brett engagemang och skapar förutsättningar för finansiering av exempelvis EU medel.



*Hela benchmarkingstudien, finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

#### 6.4 Riskanalys

Den riskanalys som skulle genomföras enligt uppdraget var:

Vilka är riskerna med att arbete pågår med att knyta nya entreprenörer till Ulvaområdet innan beslut är fattat om fortsatt arbete och organisationsform.

Risken är att:

De entreprenörer som avtal skrivs med nu

- inte har det utbud/produkt/upplevelseinriktning och därmed inte de målgrupper som attraheras av det *framtida aktivitets- och produktutbudet*
- erbjuds en samverkansform (bl a avtalsinnehåll/hyra) som inte överensstämmer med det kommande.

*Hela riskbedömningen, finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

#### 6.5 Konkurrentanalys

En konkurrentanalys har genomförts enligt projektplanen. Då det framtida utbudet inte är fastställt så har konkurrentanalysen utgått från anläggningar med en likartad inriktning d v s jämförbart varumärkeslöfte, tolkat relaterat till anläggningens utbud och profil. Anläggningarna är geografiskt belägna på en timmas restidsavstånd från/till Uppsala.

Nedanstående anläggningar föreslogs av Stadsbyggnadsförvaltningen och en genomgång har gjorts av respektive anläggnings hemsida.

- Örsundsbro, ett outletområde som vuxit runt littalas butik (Örsundsbro - littala Outletlittala Outlet).
- Linnés Kammare: Hem & aktuellt (nära Ulva, väg 272).
- Linnés Hammarby – en utflykt till 1700-talets lantliv Linnés Uppsala
- Grönsö slott och slottspark i Mälaren väster om Stockholm

- [Alsta Trädgårdar \(Örsundsbro\)](#)
- [Presenter på Steninge Slott - Inredningsbutik Stockholm](#),
- [Steninge slottsby | Destination Sigtuna <http://steningeslottsby.se/>](#)
- [Österbybruk - Visit Uppland](#)
- [Trädgårdscaféet - Slottsträdgården Ulriksdal](#)
- <http://visitvasteras.se/aktor/djakneberget/>
- [Måns Ols utvårdshus i Sala](#) [Måns Ols Utvårdshus + kallbadhus <http://www.mansols.se/>](#)
- <https://www.salasilvergruva.se/>

Följande anläggningar har studerats närmare: Linnés Kammare, Alsta trädgårdar och Steninge slottsby. Jämförelser har gjorts dels avseende överensstämmelse med varumärkeslöftet dels med intressen redovisade i marknadsundersökningen.

Nedan gjorda bedömningar (konkurrentanalys) relaterar till potentiella kunder boende i Uppsala kommun.

### Linnés Kammare



*Konsthantverksbutik & kafé. Det är en stor lokal med rymd och ljus och plats för både försäljning av vackert och unikt konsthantverk, hemtrevlig miljö för kaffeservering med hembakat kaffebröd och olika evenemang.*

*Butiken och verksamheten drivs av formgivare Kerstin Landström och en stor del av varorna i butiken är Kerstins egen produktion av bl a ullfiltar, textiler, servetter, böcker, hönsbord mm (se även under flikarna "Butiken" och "Tyg & otyg"). Gruppvisningar och mindre grupper för dagkonferenser. Gårdsbageri & finloppis. Här doftar det alltid gott av nygräddat surdegsbröd och bullar. Galleri Vallhofs säteri är inrymd i samma ladugårdslänga som butiken och där visas olika utställningar med konst och konsthantverk under perioden april - oktober.*

*Väg 272 mot Gysinge, 14 km från Uppsala. Buss 844 går varje halvtimme från Uppsala mot Östervåla, hållplats Vallhov.*

Konkurrentanalys: God överensstämmelse med varumärkeslöftet och marknadsundersökningen. Jämförbart geografiskt läge, dock en betydligt mindre anläggning.

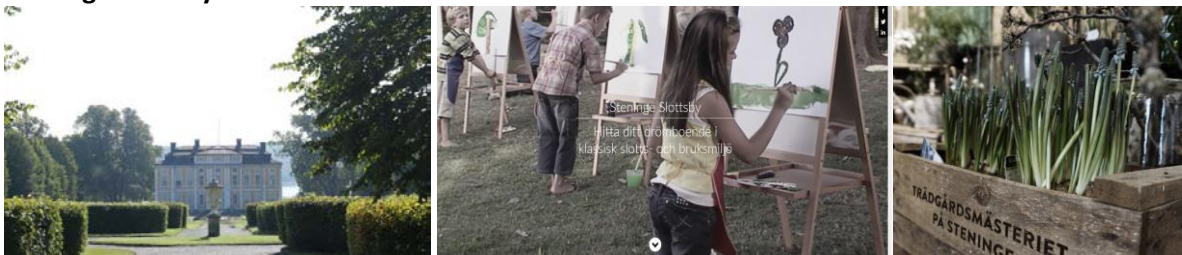
## Alsta trädgårdar



*När man svänger ut från Örsundsbro mot Nysätra kyrka och har passerat Alstabadet kommer man strax till Alsta Trädgårdar. Där, i vår före detta handelsträdgård driver vi, Per och Margareta Palmén, numera en verksamhet med inspirationsträdgård, utställningar, butik och kafé präglad av stor personlighet och kvalitet. "Sitt under vindruvan i ateljén och förundras över växternas kraft eller låt dig värmas på kafégården när solen lyser. Vandra i växthusparken och lyssna till den lilla bäckens porlande och känn doften av rosor och smultron under sommaren". Alsta Trädgårdar hittar du mellan Uppsala och Enköping. Inga uppgifter om kollektivtrafik!*

Konkurrentanalys: Relativt god överensstämmelse med varumärkeslöftet och marknadsundersökningen, dock en betydligt mindre anläggning och det geografiska läget, relaterat till utbudet/attraktionskraften.

## Steninge slottsby.



*Steninge Slottsby består av Stenladan, det vackra Steninge slott från 1705 och den intilliggande barockparken. I Stenladan ryms butiker, restaurang och kafé i en vacker historisk miljö. Här firas Barnens nationaldag den 6 juni, Skördedagar i september och den 18 november slår Sveriges största inomhusjulmarknad upp portarna i Stenladan. Slottet är stängt för besökare.*

*Steningekompaniet är entreprenör på plats (även vid Nääs slott). Här finns du allt för hemmet och ett stort utbud av glas, porslin & köket från de flesta kända leverantörerna. Hos oss finner du även våra egna ljus, Steninges egna tesorter samt honung. Vi har även Sveriges största inomhusjulmarknad med allt vad julen har att erbjuda, från slutet av november och ändra fram till jul. Trädgårdsmästeriet Steninge. Blommor, plantor, träd, kransar, växter och arrangemang.*

Kollektivtrafik Pendeltåg till Märsta station. Buss 580 till Östra Steninge. Från Tellusgatan till Steninge Slott Kulturcenter är det ca 2 km. När Slottsbyn byggs kommer en ny busslinje som stannar vid hållplatser inne i byn.

Konkurrentanalys: God överensstämmelse med varumärkeslöftet och marknadsundersökningen, dock en betydligt större anläggning med mycket stort utbud. Relativt svag konkurrent för den veckovisa/månatliga fikautflykten men stark konkurrent för den "korta" sommarutflykten.



## **Slutsats**

Slutsatsen är, relaterat till samtliga studerade anläggningar ovan, att det finns ett stort antal anläggningar på en timmas restidsavstånd från Uppsala som har ett likartat varumärkeslöfte som Ulva – tolkat relaterat till anläggningens utbud och profil - fika/mat i naturskön kulturmiljö med möjlighet till shopping av hantverks/present karaktär. Minst utbud finns av ” eget skapande och aktiva upplevelser”, jämför Ulvas varumärkeslöfte.

Det är därför mycket viktigt att i ett fortsatt utvecklingsarbete skapa upplevelser som gör Ulva unikt. Ulva måste få en tydlig profil, något som utgör en tydlig skillnad och blir en resmålanledning för att besöka Ulva i konkurrens med de övriga.

Ingen av anläggningarna har en jämförbar organisationsstruktur, varken relaterat till den som finns på Ulva idag och inte heller enligt nedan presenterat förslag.

*Hela konkurrentanalysen, finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

## **6.6 Förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannaskap**

I uppdraget till Destination Uppsala formulerades att ”projektledaren skall inom ramen för projektets resurser ta in de kompetenser som behövs för förstudiens genomförande”.

För att ge förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannaskap anlätades Manchester Mangement. Manchester Mangement är ett Stockholmsbaserat företag specialiserat inom hotell, destination och upplevelsebranschen.

Manchester Mangement uppdrogs att ge förslag till;

- organisation/rollfördelning mellan kommunen, föreningsliv och privata entreprenörer när det gäller den verksamhet som skall bedrivas inom besöksområdet. Målet är att verksamheterna skall kunna bedrivas utan hyressubventioner från kommunen
- att ta fram ett beslutsunderlag för hur verksamheten bättre kan förvaltas samt en utvärdering av vilken kommunal part som lämpligen bör ha huvudmannskapet/ledarskapet över verksamheterna.

Baserat på erfarenhet och genomförda moment i förstudien presenterade ovan, har Manchester Management arbetat fram följande förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannaskap;

## Projekt Ulva Kvarn, "Avkoppling och upplevelser"



### Underlag:

- Uppsalaenkäten 2014
- Projektplan2016
- Provos marknadsundersökning 2016/17
- Nulägesanalys stadsbyggnadsförvaltningen 2016
- Workshop
- Intervjuer med bla Inga-Lill Ekberg
- Benchmarking med andra kommuner

### Vision & Varumärkeslöfte

Ulva Kvarn är en plats omgiven av naturens brus och med ett kontrastrikt utbud av god kvalitet.

För människor som uppskattar gemenskap, lugn och enkelhet erbjuder Ulva Kvarn avkoppling, eget skapande, god mat och aktiva upplevelser som gör att de känner sig entusiastiska, inspirerade och harmoniska.

### Uppdraget

Utvärdera vilken kommunal part som bör ha huvudmannskapet/ledarskapet samt föreslå en organisation/rollfördelning mellan kommun och privata entreprenörer för den verksamhet som ska bedrivas inom Ulva kvarn.

### Grundresonemang

Vem kan utveckla och leda en verksamhet som lockar såväl nya som redan trogna besökare?

- Hur ska huvudmannskapet och ledaransvaret fördelas mellan kommun och privata entreprenörer?

Hur utveckla produkten och finansiera verksamheten?

- Hur skapa en hållbar finansiell balans utan hyressubventioner från kommunen?

## **Problemdefinition**

Alltför låga intäkter - för få hyresgäster, låg standard på lokaliteterna och kommunen subventionerar hyrorna.

- Nuvarande hyresgäster är inte beredda att betala marknadsmässiga hyror. Nya typer av hyresgäster/intressenter måste attraheras, bla med hjälp av bättre standard.

Kommersiellt ledarskap saknas – nuvarande huvudman är experter på förvaltning av infrastruktur, inte drift av kommersiell verksamhet.

- Nuvarande lösning är temporär, Ulva Kvarn behöver någon som kan besöksnäring, lönsamhet i evenemang, produkt-och aktivitetsutveckling. En handlingsplan inklusive gemensam vision måste arbetas fram.

## **Ulva Kvarn – där Dåtid möter Nutid och Framtid**

Ulva Kvarn ska drivas och förvaltas av en kreativ, modig, kommersiell och mångkulturellt inriktad kraft som kan skapa en större attraktionskraft hos rätt typ av intressenter och fler och nya besökare.

Verksamheten baseras på idén att mångfald berikar och inspirerar. Här finns något för många. Ulva Kvarn ska vara ett nav i en kulturbygd som bebotts i många hundra år, där nutidsmänniskan möter naturen och historien och där alla dörrar står öppna för framtiden.

Värdeorden är avkoppling, genuinitet, skapande och mångfald.

## **”Modell Eskilstuna”**

*Erfarenheter från Radermachersmedjorna i Eskilstuna.*

Utforma en gemensam vision och handlingsplan med syfte för verksamheten, mål, profil på intressenter, aktivitetsinriktning, budget m m.

Anställ ingen överordnad kommunal chef i parken, det skapar passivitet och krav på att ”kommunen ska fixa”. Ge istället intresseföreningen mandat att leda den egna verksamheten inom parken.

Bilda en styrgrupp med kommunens olika intressenter och intresseföreningen – med dedikerad person från Destination Eskilstuna som samlande kraft. Styrgruppen behandlar alla gemensamma frågor och beslutar om aktiviteter, program etc.

## Funktioner och ansvar år 1-2



## Funktioner och ansvar år (2)-3



\* En förutsättning för ovan föreslagna ansvars-/rollfördelningen ska fungera är att kommunen ser över de berörda nämndernas möjligheter till att bedriva den verksamhet som föreslås.

## Nästa steg

- Skapa en gemensam handlingsplan för att klargöra de mål som kommunen har för Ulva Kvarn, och samla alla intressenter kring en och samma vision.
- Lägg en ny budget baserad på marknadsmässiga villkor (hyror och intäktsmöjligheter). Subventioner eller ej?
- Se över nuvarande hyresavtal, lägg handlingsplan för uppsägningar och förnyelser.
- Rekrytera Destinationschef/utvecklare med organisationstillhörighet i Destination Uppsala, som kan leda utvecklingen och styra enligt handlingsplanen.
- Bilda ett programråd med representanter från kommunen och intresseföreningen – lett av Destination Uppsala.
- Ta hjälp av konsulter för att skapa en idéram för ett framtida aktivitets-och produktutbud – klart under hösten 2017.

## Förslag från Manchester Management, utöver uppdraget:

### Besöksanledningar:

- Naturupplevelser, på egen hand eller guide
- Vattenupplevelser, båtturer, Aspstrappa och museum (asp)
- Historiska attraktioner på plats "där det hände"
- Events, marknader och föreningsträffar
- Möjligheter att lära sig skapa -och inhandla - genuint hantverk
- Kulturupplevelser, teater, musik, museer och mångfaldsupplevelser
- Sportmöjligheter, på land och i vatten
- Mat & Dryck inkl minibryggeri och festlokaler
- Avkoppling, promenader, "bara vara"
- Familjeaktiviteter
- Träffpunkt med hantverk för ungdomar

## Huvudattraktion

**Huvudattraktion**

Naturupplevelser

Historia på plats

Genuint hantverk

Kultur

Evenemang

Mat & Dryck

**"1000 år på en dag"**

Genom tidstypiska kläder, rekvisita, mat, hantverk m.m. får besökaren uppleva – och pröva på – hur det var att leva i Ulva genom olika tidsepoker, på vikingarnas tid, på medeltiden etc. Ungdomar erbjuds att vara med och bygga en Ulva-eka, väva Ulva-täcket, blåsa Ulva-glas m.m. Attraktionerna kan väda år från år – Tema Vikingatiden, Tema Medeltiden, Tema Framtiden etc.

Manchester Management / Spanama

## Intäktsmodell



### Benchmarking:

#### Microbryggeri

<http://www.byaregardensbrygghus.se/>

#### För konferens/möte, bakluckeloppis, osv

<http://siggestagard.se/wp/sv/>

#### Konsthantverk, verkstad, måla på porslin

<http://stillarumvessigebro.blogspot.se/>

#### Åkers kanal

<http://www.osteraker.se/upplevadora/sevardheter/akerskanal.4.71fcf4251429dfd2f5ca43.html>

#### Kvarnhjulet på Gotland

<http://www.guteinfo.com/?id=1207>

#### Sveriges minsta Spa

<http://www.stillarumspa.se/kontakt/om-stilla-rum-6640193>

#### Upplivelsesland

<http://www.tomtit.se>

#### Vikingaliv

<http://www.vikingaliv.se>

#### Lava, ungdom, delaktighet, engagemang....

[http://kulturhusetstadsteatern.se/Bibliotek/Lava\\_Bibliotek\\_Verkstad/](http://kulturhusetstadsteatern.se/Bibliotek/Lava_Bibliotek_Verkstad/)

#### Väveri, butik, kurs, mångkulturell, äldre publik, udda tider

<http://www.bjorkevavstuga.se/>

<http://textilmuseet.se/>

#### Uppsala, se scroll

<https://slojdhander.wordpress.com/>

<http://www.harrydaposten.se/2014/11/vill-vava-orientaliska-mattor-i-sverige/>

#### Kulturevent i sluttningen

<http://www.uppsalastadsteater.se/>

#### Bröllop

<http://metromode.se/noje/2016/03/11/de-finaste-och-mest-romantiska-brollopslokalerna-i-sverige/?slide=7>

**Julmarknaden på Skansen** <http://www.skansen.se/sv/aktivitet/skansens-julmarknad>

*Presentationen av "Förslag till organisation och rollfördelning, förvaltning och huvudmannaskap", finns i "Förstudiens bilagor" för input under fortsatt utvecklingsprocess.*

## **6.7 Förslag till framtagande av - Strategidokument del 2**

Det är av vikt att i kommande beslutsprocess fastslå vilken kommunal förvaltning eller bolag som, relaterat till föreslagen organisationsmodell, skall ges i uppdrag att färdigställa strategidokumentet, jämför förstudie Hammarskog. Och att det under arbetet, såsom i denna del av förstudien, ges möjlighet att ta in de kompetenser som behövs för genomförandet.

De kvarvarande momenten i strategidokumentet är;

- Formulera och förankra mål
- Konsekvensanalys 1 (*"gapet" mellan befintlig verksamhet, varumärkeslöfte /marknadsundersökning och mål*)
- Workshop 2, förslag till utvecklingsområden tillsammans med berörda intressenter
- Benchmarking (*till del gjort i denna del av förstudien*)
- Utvecklingsområden och prioriterade åtgärder
- Konsekvensanalys 2 (*inklusive riskanalys*)
- Konkurrentanalys (*till del gjort i denna del av förstudien*)
- Roll- och ansvarsfördelning (*i huvudsak redan genomfört i denna del av förstudien*)
- Handlingsplan
- Budget och marknadsvärdering.
- Slutrapport del 2

Vissa av ovanstående moment ingår i stycket "Nästa steg", ovan under punkt 6.6.

# Ulva utvecklingsplan 2019-05-08

( bil 1)

## Innehåll

1. Bakgrund
  - a. Historik
  - b. Utredning 2005
  - c. Utredning 2016
  - d. Konditionsbesiktning
2. Sammanfattning – Analys
3. Utveckling och strategi
  - a. Kulturmiljön
  - b. Aktiva kultur- och friluftsupplevelser året runt
  - c. Ett nytt besökscentrum/café
  - d. Hantverksföreningen
  - e. Fastighetsbestånd
  - f. Yttre miljö
  - g. Tillgänglighet
4. Hur kan det göras?
5. Kostnads & Finansieringsmodell



## 1. Bakgrund

### a) Historik

Fastigheten Ulva Kvarn förvärvades av Uppsala kommun 1963. Området har en historia sen 1300 talet. 1731 köpte universitetet hemmanet Ulva gård. Då fanns tegelbruk och sågverk, smedja och järnbruk, arbetarbostäder och lanthandel. 1929 övergick fastigheten i privat ägo.

I kommunfullmäktiges tryck 19 juni 1963 nr 186 (beslut §288) står det bland annat att Uppsala stad erbjudits att förvärva Ulva kvarn för 250 000 kr. Vidare kan man läsa om skälet till förvärvet:

*”Särskilt under våren är platsen ett utmärkt utflyktsmål för stadens invånare. Av denna anledning bör det ligga i stadens intresse att förvärva fastigheten, då man därigenom skapar förutsättningar för att området skulle kunna bibehållas i sitt nuvarande skick.” Vid genomförande av det infiltrationsprojekt för trygga av stadens vattenförsörjning som stadsfullmäktige nyligen fattat beslut om, kan vattenregleringen i Fyrisån beröra Ulva Kvarn på ett särskilt sätt, så att driftstörningar kan uppstå. Även ur denna synpunkt är det värdefullt för kommunen att ha fastigheten i sin ägo”*

Vid kommunens köp hade flera byggnader förfallit och revs sedan en efter en, till sist manskapsbyggnaden 1973. 1983 började en grupp konstnärer planera verksamhet på området.

Frågan om vad Uppsala kommun ser för värde i fastigheten har utretts med jämna mellanrum. Senaste större utredning skedde av Fritids-och naturvårdsnämnden i samarbete med Fastighetsnämnden 2004/2005.

### b) Utredning 2005

Fastighetsnämnden och sedermera Fritids-och naturvårdsnämndens utredningsuppdrag 2003/2004/2005, resulterade i ett ärende till kommunstyrelsen 2005-03-15 (FNN-2005-001643). Kommunstyrelsen beslutar att uppdra till FNN att inom givna ramar vidta erforderliga åtgärder för ett etappvis genomförande av utvecklingsplanen. Utvecklingsplanen är omfattande (bilaga1)

I utredningen belyser man såväl byggnadernas status och infrastruktur, som besöks- och turismperspektiv, kultur/ fritids/ friluftsperspektiv, näringsliv- och arbetsmarknadspolitiskt perspektiv, samt affärsmässigt/kommersiellt perspektiv. I sammanfattningen slås fast att hantverks-och caféverksamhet ska finnas kvar och utökas och att området ska fortsätta att utvecklas positivt i enlighet med konceptet.

Den vision man sammanfattar 2005 är följande

*Friluftsmiljö vid Ulva kvarn bevaras och utvecklas till ett attraktivt utflyktsmål genom att*

- *De naturgivna värdena vårdas*
- *Förutsättningar ges för goda friluftsupplevelser*
- *Hantverksbyn utvecklas till ett centrum för områdets besökare samt att*
- *Den genuina bebyggelsemiljön vårdas.*

## c) Utredning 2016

När Destination Uppsala, elva år senare, av GSN får i uppdrag att " **Göra en översyn** av hur verksamheten i Ulva kvarn kan bättre förvaltas och lämpligt huvudmannaskap över verksamheterna", gör man en grundlig analys alltifrån att ta fram:

- en vision och varumärkeslöfte
- en marknadsundersökning och målgrupper
- Benchmarking med liknande områden liksom
- konkurrens- och riskanalys
- Vidare lämnas förslag till rollfördelning och organisation av verksamhetsutveckling och förvaltning samt
- förslag till kommande steg i strategidokument

Visionen och varumärkeslöfte formuleras då enligt nedan:



Värdeorden är *avkoppling, genuinitet, skapande och mångfald*.

DUABs studie gjorde en jämförelse mellan andra områden med liknande förutsättningar

- Rademachersmedjorna i Eskilstuna
- Bonnstan i Skellefteå kyrkstad
- Fotevikens Kulturcenter och Fotevikens museum

I konkurrentanalysen tar man med några likartade besöksmål i närområdet

- Örsundsbro – Ittala outlet och Alsta trädgårdar
- Linnes kammare (Vallhov)
- Linnes Hammarby
- Grönsö slott och slottspark
- Österbybruk
- Måns Ols utevärdshus i Sala
- Steninge Slottsby i Sigtuna m fl

Den är många likheter med utredningen från 2005, med den skillnaden att man här endast har hanterat verksamheten, inte de fysiska förutsättningarna.

## d) Konditionsbesiktning

Sportfastigheter har utöver detta låta Bjerking's göra en konditionsbesiktning av fastigheterna 2014, liksom ett förslag till utveckling av den yttre miljön. Vissa dräneringsåtgärder är redan vidtagna, men byggnaderna är i stort behov av en grundligare upprustning, och hela va-lösningen måste förbättras. Samma år ställdes även en fråga i Uppsalaenkäten om besöksmålets attraktivitet. Ulva kommer ut som det mest besökta och mest uppskattade av rekreationsanläggningarna.

Sedan dess har en fisktrappa anlagts, viss skyltning tillkommit och en cykelväg i grus dragits från gamla E4 till Ulva.

Sportfastigheter har också låtit göra en enkätundersökning som visar att Ulva är det mest välbesökta utflyktsmålet i Uppsala med ett starkt besöksflöde om 100-200.000 besökare per år, varav 20.000 på den årliga höstmarknaden.

## 2. Slutsats - problemformulering

Problempunkterna kan sammanfattas som:

- verksamheten i Ulva spänner över flera politikområden fritid, park/ rekreation, fastigheter, kultur/kulturhistoria, näringsliv/besöksnäring. Det har medfört svårigheter att hitta en ansvarig nämnd, som tar ansvar för helheten. Frågor kring Ulvas utveckling har därför tenderat att hamna hos KS.
- Ulvas framtid har genom åren utretts och bra åtgärdsförslag har tagits fram, men besluten om åtgärder har inte åtföljts av nya medel, och har därför inte genomförts mer än marginellt.
- Hyresgästerna, verksamheterna, är de som håller Hantverksbyn öppen för allmänheten, och genererar aktiviteter och besöksattraktion/ upplevelser. De betalar idag marknadshyror baserade på läget. Dessa hyresintäkter kan dock inte förväntas täcka hela kostnaden för fastighetens underhåll, drift och yttre skötsel. På samma sätt som vad gäller idrotts-och kulturlokaler krävs en insats/subvention från någon förvaltning för att erbjuda ett rekreativsvärde, hålla rekreativsområdet öppet för allmänhet/besökare och uppvisa lokaler i gott skick. Hantverksföreningen driver gemensamma aktiviteter på området, men de är primärt Företagare/hantverkare och har inte tid och resurser att driva en större verksamhetsutveckling av området. Däremot är de redan idag en aktiv och drivande del i marknadsföringen och aktiviteterna som ligger nära verksamheterna. Kommunen har inte aktivt mött föreningen med samtal om vision och mål och stöd för planering av en utvecklad verksamhet.
- Kollektivtrafiken till området är dålig.
- Byggnadernas grundtillstånd är dåligt och kräver mera än normalt underhåll. Det måste till en större upprustning om de inte på sikt ska bli obrukbara.

Man kan konstatera att relaterat till samtliga studerade anläggningar ovan (benchmark) finns det ett stort antal anläggningar på en timmes reseavstånd från Uppsala som har liknande varumärkeslöfte som Ulva.

Det är därför centralt att

- bygga på Ulvas styrkor:  
Aktivitetsutbudet, naturen, café
- åtgärda svagheter:  
Rusta de eftersatta byggnaderna och förstärka med besöks- och caféutbud/service vilket stärker attraktionskraften och upplevd besökskvalitet, möjliggör fler etableringar och större utbud samt utvecklar intäktsmöjligheterna.
- utnyttja de möjligheter som erbjuds:  
Vad de jämförbara anläggningarna saknar mest jämfört med Ulvas varumärkeslöfte är utbud av " eget skapande och aktiva upplevelser". Det finns därför anledning att för

Ulvas del vidareutveckla dessa mera unika delarna till en tydlig profil som blir en resmålsanledning.

En lösning måste således byggas dels genom samverkan mellan en nämnd som har en bred spännvidd relaterande till verksamheterna och en aktiv fastighetsägare som har en långsiktig fastighetsutveckling och förvaltning, dels genom att aktivt tillföra resurser för att stärka fastigheternas grundtillstånd och utveckla fler verksamheter. Nedan finns ett utkast till målbild och driftskoncept.

## Utveckling och strategi

### Vision:

Ulva kvarn är ett naturnära kultur-och hantverkscentrum med ett kontrastrikt utbud av god kvalitet året runt.

### Mål:

Om 5 år nås en besöksvolym om 250.000 besökare Ulva och 5 nya hantverksaktörer har etablerat sig. Det nya Besökscentrat är byggt och omsättningen i verksamheterna har ökat med 20%.

### Strategi

- a) Kulturmiljövärdena vårdas, förstärks och synliggörs.
- b) Förutsättningar ges för aktiva kultur-och friluftsupplevelser året runt.
- c) Ett nybyggt besökscentrum med café/restaurant är ett nav på området.
- d) Hantverksföreningen är en nyckel i verksamhetsutvecklingen tillsammans med projektledare i ett nyinrättat programråd.
- e) Den genuina bebyggelsemiljön är pietetsfullt upprustad och naturgivna värdena vårdas.
- f) Den yttre miljön inbjuder till ett brett utbud av både egna och gemensamma aktiviteter.
- g) Tillgängligheten är förbättrad genom cykelvägar och utvecklad lokaltrafik

Nedan följer utförligare beskrivning av strategier a-g och kopplade åtgärder.

Därefter följer beskrivning av Resursfrågan dvs; möjligt organisationstänk med utvecklade och förtydligade roller mellan ingående parter och Kulturnämnden som ansvarig nämnd samt finansieringsunderlag.

### a) Kulturmiljövärdena

Den grundläggande orsaken till att kommunen i 55 år har ägt och bevarat Ulva Kvarn som ett besöksmål, är dess belägenhet i den kulturhistoriska och natursköna miljön. Området har mer och mer under decennierna övergått från att ha varit ett litet samhälle med egna näringar, till att vara tillgängligt för allmänheten som ett rekreationsområde.

Av de rekreationsområden som kommunen idag förfogar över är Ulva Kvarn det mest besökta och mest uppskattade enligt upprepade mätningar.

Åtgärd: Kulturhistorien bör beskrivas tydligare i skyltning och informationsmaterial om området. Aktiviteter, event och produkter kan i högre grad anspela på den tidigare verksamhet som bedrivits på området.

b) Aktiva kultur- och friluftsupplevelser året runt

Miljön på Ulva Kvarn möjliggör redan en stor del av vad Varumärkeslöftet ovan lovar. Det är till vardags en lugn, vacker, naturnära, enkel och avkopplande yttre miljö, med möjlighet till egen picnic eller en fika/lunch i café/krog. Hyresgästerna på plats i lokalerna har idag olika inriktning:

- Verksamheter av ren hantverkskaraktär (silversmide, glashytta etc).
- Verksamheter inriktade på kommersiell handel av antikviteter och secondhand.
- Verksamhet som inriktade på utskänkning av mat eller fika.

Bland de besöksanledningar som DUABs rapport föreslår ska finnas, tillgodoses vissa redan idag, medan andra är bra förslag på vad som kan tillföras.

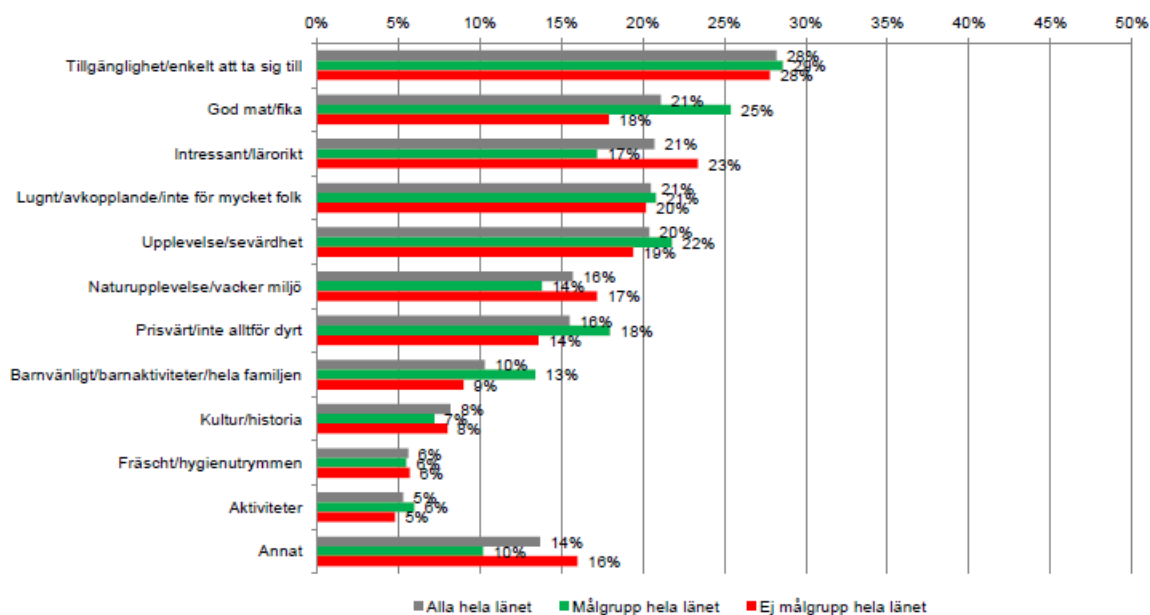
Tillgodoses idag	Kan tillföras
Naturupplevelser på egen hand	Guidade naturupplevelser
<b>Avkoppling, promenader "bara vara"</b>	
Vattenupplevelser med ån och fallet	Båtturer, kanotuthyrning, infotavlor om Aspstrappan och aspens väg i ån, liksom kamera i vattnet, mer info i besökscentrum
Byggnader från tidigare epok	Info om Ulva kvarns historia som ett nav i en kulturbygd Historiska attraktioner på plats "där det hände"
Marknader, loppis, musik, veteranbils-kvällar, föreningsträffar, turusbussar stannar till och får gå runt och fika	En mindre scen för musik och teater En ny lokal som besökscenter med mediala möjligheter, fika/mat
Möjligheter att lära sig skapa – utbildning i silversmide & kortare prova på glasblåsning	Mera utbud av skapa - aktiviteter Fler hyresgäster med genuint hantverk
	Kulturupplevelser, teater, musik, museer
	Sportmöjligheter på land och i vatten
Mat och dryck, krog och café Mindre konferensyta	Mini-bryggeri och festlokaler
	Familjeaktiviteter
	Träffpunkt med hantverk för ungdomar

Hantverksföreningen har därutöver nämnt behov att tänka i vinteraktiviteter för att ha ett besöksunderlag året runt. Exempelvis en mindre konstis för barn, isskulpturer, pulkabacke. För övrigt nämns uthyrning av kanoter, äventyrsbana bangolf, utökad skulpturpark, bättre lekplats. Liksom utökat samarbete med Ulvagubben.

Diagrammet nedan är hämtat från DUABs utredning och bygger på svar från den målgrupp för Ulva som definierats, i jämförelse med en allmän målgrupp (hela länet)

Åtgärd: Att utifrån enkäter, målgruppsanalys, och uppföljning av benchmark fortsätta utveckla konceptet med ett verksamhetsutbud som attraherar besökare året runt. Tillgänglighet och café/mat är helt centrala funktioner för området och måste ägnas störst uppmärksamhet. Se vidare punkt c nedan.

### Vad är viktigast för dig när/om du besöker ett utflyktsmål/turistmål?



Bas. Hela länet. Öppet (spontant) svar. Kodat flera alternativ per svar (multipelt)  
Sorterade efter "Alla"

#### c) Ett nytt besökscentrum/café

Den byggnad som idag hyser caféet är en del av ekonomibyggnaderna från det gamla rusthålllet. Huset har stort upprustningsbehov, det finns bl a sättningar mot söder som skapat sprickor i grundmuren. Den lokalyta som används som kök och café är mörk, trång och inte ändamålsenlig. Förvaringsutrymmen för köket tillgodoses i en container utanför. Entrén till caféet är trång och svår att tillgänglighetsanpassa. Det finns inga lämpliga ytor för att kunna ta emot besök/gäster vintertid

I all besöksbranschferenhet ligger möjligheten att äta/fika som en central del i attraktiviteten och Café/mat är således en helt central funktion för området, och måste kunna ta emot många besökare och bussar. Det behöver vara ljus och tillgängligt och utbudet och miljön behöver kunna locka till besök i sig. Besökscentrat möjliggör också att skapa ytterligare intäktsmöjligheter för aktörerna som helhet.

Åtgärd: Bolagets förslag är att byggnaden mitt emot Caféet, den sk Kryddboden rivs, och ger plats för ett nytt besökscentrum, som rymmer mat och besöksinfo. Kryddboden är idag endast svagt utnyttjad, och såväl bärande delar som golv och fasad är i mycket dåligt skick. En inspiration i utformning är Linnés Hammarbys besökscentrum, liksom glaspaviljongen i Linneträdgården på Svartbäckgatan, som tillkom inför Linnejubileet 2007. (bild bilaga). Mötesutrymmet på övervåningen i nuvarande cafébyggnad, kan bibehållas och upprustas i syfte att möjliggöra ytterligare etablering av hantverk/entreprenörer.

## d) Hantverksföreningen

De hyresgäster som finns på området idag, bidrar till att attrahera besökare och att hålla Ulva som besöksmål öppet och tillgängligt under större delen av året.

Hyresgästerna på plats i lokalerna har idag olika inriktning:

- o Verksamheter av ren hantverkskaraktär (**silversmide, urmakeri, glashytta....**) inkl försäljning och utbildningar inom sitt område
- o Verksamheter inriktade på kommersiell handel av antikviteter och secondhand.
- o Verksamhet som inriktade på utskänkning av mat eller fika.

I hantverksföreningens regi anordnas också marknader, veteranbilskvällar, bakluckeloppis mm.

Det finns en vilja och förslag på ytterligare aktiviteter, både i form av nya hyresgäster och utveckling av den yttre miljön. Arbetet med den uthyrningsbara ytan är viktig. Kvarnbyggnaden har ytor som kan ses över/utvecklas och nuvarande cafélokal ca 180 kvm kan disponeras för annan verksamhet om en ny besöks/cafébyggnad tillkommer. Kryddboden har idag verksamhetslokaler motsv ca 110 kvm vilka då skulle ersättas av ett besökscentrum i ungefär samma storlek där dock intäktspotentialen är högre. Bagarstugan på ca 150 kvm är ett särskilt projekt där det är svårt att rusta upp för uthyrning. Kanske kan den säkras av och användas vid evenemang mm.

För att få till stånd flera aktiviteter inom området, krävs en resurs anställd antingen inom föreningen eller i kommunen, som planerar, arrangerar, marknadsför, tar emot och ger service. De aktiviteter som nämnts är aktiviteter i form av guide natur-och kulturupplevelser, uthyrning av kanoter och andra vattenaktiviteter, kring fiske och fisktrappan, arrangemang på en scen för musik, teater och familjeaktiviteter, fester av olika slag, midsommarfirande, jordgubbsfestival etc. I DUABs rapport står

- Ulva Kvarn ska drivas och förvaltas av en kreativ, modig, kommersiell och mångkulturellt inriktad kraft som kan skapa en större attraktionskraft hos rätt typ av intressenter och fler och nya besökare.
- Verksamheten baseras på idén att mångfald berikar och inspirerar. Här finns något för många.

Åtgärd: Skapa ny lokal /besökscentrum och frigör samt rusta gamla cafélokalen. Tillför fler hyresgäster genom att utveckla kvarnbyggnadens utbud. Skapa en styrgrupp/programråd som kan jobba tillsammans med Sportfastigheters förvaltare och projektledare från DUAB, stötta föreningen i att bygga upp fler aktiviteter och samarbeten t.ex med kringliggande entreprenörer och parter.

## e) Den genuina bebyggelsemiljön - Fastighetsbeståndet

Oavsett vilken verksamhet som kan utvecklas måste byggnaderna och den yttre miljön rustas upp ordentligt. Det är dels en arbetsmiljöfråga för hyresgästerna, dels en förutsättning för att inte slutligen behöva riva husen och därmed förlora möjligheten att kunna bedriva verksamhet i lokalerna. Då förlorar området sin kärna och karaktär, liksom de aktörer som skapar attraktion och driver aktiviteter och intäkter. I avvaktan på förvaltningens ställningstagande till hur man ser på framtiden för området, har Sportfastigheter hittills lagt en något högre nivå på underhåll än genomsnitt i beståndet, dock alldeles för låg i förhållande till det stora behov som här finns för att nå en skälig standard.

Bolaget lät Bjerking's göra en konditionsbesiktning av byggnader och yttre miljö 2014, och där finns ett bra underlag för en underhållsplan. Bedömningen är att hela upprustningen måste läggas ut i en 5 årsplan, men att den ska inledas med åtgärder som ger märkbar skillnad för byggnaderna Bagarstugan och Silversmedjan (se bilaga 2 Bjerking) för att utöka uthyrbar yta och utbud av aktiva upplevelser. Vidare är Kryddboden i så dålig kondition i hela stommen att den helst bör tas ner, och ge plats

för en ny byggnad - besökscentrum. Nuvarande Cafébyggnaden mittöver, görs därefter i ordning för annan verksamhet.

Kontakt har tagit med Leader Upplandsbygd för att undersöka möjlighet till såväl stöd för investeringar som verksamhetsutveckling. 6 utlysningar kommer att ske under 2019. Likaså ska Länsstyrelsens möjligheter till stöd för att bevara Ulva kulturmiljö prövas.

Åtgärd: Givet ett beslut om fortsatt utveckling av Ulva i kommunens regi, kan bolaget redan under 2019/2020 göra en ordentlig va-utredning och slutföra påbörjade dräneringsåtgärder samt nödvändiga åtgärder vad gäller värme/kyla/ventilation för verksamheten i Silversmedjan. Ett förslag till upprustningsplan bifogas. Det är möjligt att söka externa bidrag för dels en pietetsfull upprustning av byggnader och utemiljö, dels för verksamhetsutveckling.

#### f) Den yttre miljön

När det gäller den yttre miljön och omgivningarna finns en rad förslag till åtgärder i KS beslutet från 2005 som inte realiserades på grund av att inga ytterligare medel tillfördes. Det gäller dels ravinen, äppelträdgården och slänten, själva gårdsmiljön, den öppna gräsytan och holmen, informationsskyltning, parkering, belysning etc

Stadsbyggnadsförvaltningen har under senare år fullföljt en del åtgärder, såsom nya informationsskyltar, markarbeten i backen ner mot kvarnbyggnaden och grusgången över nedre gräsmattan, uppdatering av möbler och grillplats och inte minst anläggande av fisktrappan och ytor runt om.

Bjerkings lade också förslag i den skiss som bifogades konditionsbesiktningen 2014. ( bil 3) Sportfastigheter har åtgärdat dränering för halva gårdsytan och terasserat med en mur. Vad gäller den yttre miljön så föreslår Bjerkings att en lekplats anläggs på gården i närheten av café/mat och inte vid parkering/trafik som i dag, vilket bolaget håller med om. Vi bejaktar även förslaget om att grön struktur ska tillföras vartefter byggnaderna upprustas, att en mindre scen skapas i lämpligt läge och att cykelställ måste placeras ut i hela området. Belysning, skyltning, sittplatser för häng och picnic kan förbättras, liksom större engångsinsatser vad gäller markskötsel.

Såväl föreningen som förvaltningen har tankar om flera vinteraktiviteter, såsom tex snöskulpturer för barn med likande aktivitet som i Vasaparken, pulkabacke och grillplatser som är igång på helger liknande Fjällnora.

Åtgärd: Behoven vg den yttre miljön behöver aktualiseras i samråd med nuvarande förvaltare, bolaget och hantverksföreningen, och hanteras i en långsiktig plan relaterat till utvecklingen av området och dess verksamheter.

#### g) Tillgängligheten

Som framgår av DUABs redovisade besöksenkät ovan, kommer behovet av tillgänglighet upp överst för alla kategorier besökare. Noterbart är även att i den identifierade målgruppen för **Ulva, så har "bara" 71% bil bland uppsalaborna, medan 94%** från övriga kommuner i länet. Busstrafiken förbi Ulva är väldigt gles, och kopplad till skolskjutsarna. Den stödjer inte ens den nuvarande besöksambitionen, än mindre en utökning. Samtal med UL måste till.

En grusad cykelbana är nyligen färdigställd från gamla E4 (väg 600) österifrån till Ulva. En cykelväg från centrala Uppsala ut efter gamla E4 kommer att gå igång någon gång under våren 2019.



Det har jobbat länge med att försöka komma fram med cykelväg på den västra sidan utmed ån, men hejdat av markägare. Ett planbesked/uppdrag för en cykelväg utmed västra sträckan är framskrivet och DP påbörjas under 2019.

Det skulle vara fantastiskt om de båda cykelvägarna binds ihop till en attraktiv cykelrundtur mellan Uppsala och Ulva. Det skulle kunna vara en målsättning inom kommande 5 årsperiod.

Åtgärd: Jobba för en tätare busstrafik, eventuellt i samarbete med Ulvagubben under sommarperioden. Extra turer kring större aktiviteter. Marknadsföra cykelvägar, dels den som är klar, dels info om planerad väg.

### 3. Hur? - Resursfrågan

#### a) Rollerna:

Stadsbyggnadsförvaltningen

Bolaget har de gångna sex åren haft ett hyresavtal med SBF gata/park för hela fastigheten. GSN ansvarar också för hyresavtalen med hantverkarna. Yttre skötsel av området sker med förvaltningens egen personal, medan utbudet av mat, aktiviteter och försäljning sker av enskilda hantverkare/företagare och Ulva hantverksförening.

Förslaget GSN fortsätter som Sportfastigheters avtalspart med hyresgästansvar för rekreationsområdet. GSN medverkar i Programråd tillsammans med övriga parter. GSN uppdrar åt fastighetsägaren att sköta uthyrningen och förvaltningskontakter med externa hyresgäster

Fastighetsägaren

Sportfastigheter är som fastighetsägare ansvarig för underhåll, fastighetsdrift, yttre skötsel, reparationer och eventuell ombyggnation. Bolaget bedömer att områdets fortsatta utveckling kräver att fastighetsägaren intensifierar sina underhållsinsatser och är aktivare engagerad i såväl verksamhetsutveckling som uthyrning till kommersiella hyresgäster. Fastighetsägaren driver den långsiktiga utvecklingen av området inom uppdraget och ingår i Programrådet.

Som grund för fastighetsägarens engagemang ska finnas en överenskommen om Utvecklingsplan och ett hyresavtal med förvaltningen. Fastighetsägaren kan lägga uppdrag till GSN vad gäller den yttre miljö i likhet med modellen för idrottsanläggningarna.

Kulturkontoret / nämnden

Destination Uppsala

Hantverksföreningen

Hantverksföreningen liksom de enskilda företagarna på området är idag de som initierar och genomför aktiviteter på området, såsom marknader, utbildningar, scenframträdanden, veteranbilskvällar, loppis, möten mm. DUABs utredning pekar på möjligheten att skapa ett programråd som arbetar med Ulvas unikiteten genom att tillskapa mera aktiviteter och skapande verksamheter för besökare, i linje med slutsatserna av de gjorda benchmark studierna.

Förslaget är att gå vidare med tanken på ett programråd/styrgrupp, bestående av hantverksföreningen, GSN, kulturförvaltningen, Sportfastigheter och DUAB. Såsom utredningen föreslår sker ett intensivt arbete i programrådet under 1-2 år, med projektledning från DUAB, för att tillföra mera av aktiviteter året runt, möjligheter för besökare att själva vara aktiva på området i olika former, liksom att delta i olika skapande aktiviteter. Rådet ska även skapa kontakter och nätverk med andra liknande kultur/besökscentra i landet, liksom entreprenörer verksamma i Uppsala.

## b) Kostnader och finansieringsmodell

### Kostnader Ulva 2018

Fastighet	Loa	Ansk värde mkr	Hyra till Kommunen kr	SBF Verksamhetsdrift kr	Kostn SBF kr	Intäkt Hyra andrahands hyresgäster kr	Nettokostnad SBF kr
Ulva 1:2	1601	7,5	1 884 358	400 000	2 284 358	710 000	1 574 358

För att bedöma det totala behovet av insatser behöver kostnaderna delas upp i

a) *underhåll byggnader och infrastruktur* b) *yttre miljön* c) *ny investering*

#### a) underhåll

Bolaget har under åren 2013-2017 lagt 4,5 mkr i underhåll i Ulva, vilket är mer än det normala underhållet per/ kvm i beståndet. Enligt en preliminär uppskattning av vad som krävs för att åtgärda befintligt bestånd till en nödvändig standard krävs ytterligare ca 8 mkr över en 8 års period. Planen är att göra en kraftig insats på 4 mkr under 2019/2020 för att i första hand åtgärda

- dränering och VA på området
- ställa i ordning Bagarstugan i användbart skick
- åtgärda Silversmedjan vad gäller värme/kyla och ventilation

Därefter bör det ligga på en underhållsnivå om ca 700 kkr/ år under åren 3-8. Underhållet ska normalt rymmas inom hyresavtalet, men kan i det här fallet kräva en höjning med 0,3 mkr per år, med start 2020.

#### b) Yttre miljön

Åtgärder i den yttre miljön innebär investeringar i

- Belysning, skyltning, lekplats, scen, sittplatser, cykelställ, staket, grön struktur  
Liksom större engångsinsatser vad gäller markskötsel.

Den totala insatsen uppskattas till 4-5 mkr över 1- 3 år. Det här är att betrakta som en hyresgästanpassning och ska föregås av en tydlig beställning från förvaltningen. Investeringen sker under åren 2020-2022. Merparten handlar om investeringar med kort avskrivningstid, varför årskostnaden i ett tilläggsavtal kan hamna på en succesiv ökning av hyran med

2021	2022	2023
0,4 mkr	0,8 mkr	1,0 mkr

#### c) Ny investering - nytt besökscentrum

En rivning av kryddboden och anläggning av en ny enkel byggnad som besökscentrum inkl mottagningskök, serveringsdisk, souvenirförsäljning, och

möbler uppskattas till en kostnad av 20-25 mkr. Det betyder en hyreshöjande årskostnad om ca 1,8 mkr fr om tidigast 2023.

Summa ökad årskostnad för den fysiska miljön är (bil 4)

2020	2021	2022	2023
0,3mkr	0,7 mkr	1,1mkr	3,1 mkr

Skötsel för den yttre miljön antas därutöver behöva öka från 2018 nivå 400 kkr till 600 kkr per år.

Exempel nettokostnad Ulva 2020 fastigheter och yttre skötsel (exkl externa bidrag)

Fastighet	Loa	Ansk värde mkr	Hyra till Kommunen kr	Yttre miljö Verksamhets drift kr	Kostn Förvaltning /hyresgäst	Intäkt Hyra kr	Netto-kostnad Förvaltn/ hyresgäst kr
Ulva 1:2	1601	7,5	2,279 753*	600 000	2 879 753	724 000	2 155 753
			* KPI uppräknig hyra ca 2,5% /år Tilläggshyra pga av ökat underhåll 0,3 mkr			** + 2% hyreshöjn	

#### Kostnad verksamhetsutveckling

Programrådet behöver arbeta fram en marknads- och aktivitetsplan med en basbudget på ca 400.000 där Hantverksföreningen står för 25%, DUAB/Näringsliv står för 25% och Sportfastigheter 25%, GSN och KTN delar på resterande %. Fokus i planen ska vara att ta fram aktiviteter som genomförs i samverkan med lämpliga lokala aktörer som på sikt också skulle kunna bli hyresgäster i de lokaler som tillförs.

Projektledning för de första åren tillförs, eftersom de existerande hyresgästerna har fokus på den egna verksamheten och de aktiviteter som är kopplade till den och hantverksföreningen. Att utveckla besöksmålet som helhet innebär en annan kravställning där företagarna inte har den extra kraften.

DUAB avses därför avdela en projektledningsresurs på 25% tid.

Samarbeten med yrkesskolor, specialistutbildningar inom byggnation, kommunens snickerier, arbetsförmedling och olika byggföretag bör kunna genomföras då olika byggnader renoveras och nya byggs med traditionell teknik tex.

#### Möjliga intäkter

- Hyror
  - nya hyresgäster på området  
Genom att tillgängliggöra nya lokaler skapas ytterligare intäkter. Detta ger tex genom ombyggd caféyta 180 kvm á ca 750 kr/kvm 135.000 kr/år
  - I kommande hyresavtal bör, förutom bashyra på nuvarande nivåer, föreslås förhandlas kring en omsättningsrelaterad del som faller ut då omsättningen stiger över avtalade nivåer hos hyresgästen, en slags framgångsavgift.

- Av marknadsföringskostnaden om 400.000kr enligt ovan, erlägger företagen genom sin hantverksförening som en avtalad avgift som alla hyresgästerna betalar för gemensam marknadsföring och aktiviteter motsvarande den summa de redan idag lägger ned, ca 100.000kr. Summan matchas av GSN, KTN, DUAB/Näringsliv och fastighetsägaren enligt ovan.
  - Andel av gemensamma intäkter från event, marknader, möten etc.
  - Arrangörer av event bör betala en summa för ytor de nyttjar. Detta bör dock göras försiktigt i början för att attrahera samarbeten som bygger upp attraktiviteten över en treårsperiod.
- Samarbeten
    - Genom samarbeten tex med kringliggande verksamheter och andra företag med intressen kring tex kulturevent och sponsring av dessa kan ytterligare evenemang skapas på ett kostnadseffektivt sätt – i vissa fall kan dessa då gå med plusresultat. I samarbetsavtal kan också externa aktörer betala tex hyra för att genomföra aktiviteter.
  - Ansökan från Länsstyrelsen om
    - " **Bidrag för förvaltning av värdefulla kulturmiljöer skulle kunna ge ca 200 kkr.**
  - Enligt Leader Upplandsbygd, kommer man under 2019 att ha 6 ansökningstillfällen där medel kan sökas för såväl investeringar som verksamhetsprojekt  
: <https://www.upplandsbygd.se/sok-projektstod/fran-ide-till-projekt/ideskiss/>