

Linköpings universitet
Institutionen för Tema
Avdelningen för Geografi
C-uppsats, 10 poäng
Ht 2005

Upplivelseområdet kring Kinda kanal

- En regional studie om Kinda kanal med omland och dess förändring till ett attraktivt upplivelseområde

Kinda kanal an it's surrounding attraction area

- A regional study about Kinda kanal whith surroundings and development into an attractive a touristic area

Författare: Elin Heinemark
Handledare: Reinhold Castensson

Förord

Detta uppsatsämne kom till tack vare ett uppdrag av Kinda kanal AB som ville ha hjälp med att sammanställa historiska kartor på en webbplats. Utöver detta uppdrag skulle en uppsats författas och då fann jag det lämpligt att skriva om Kinda kanal med omland. En förstudie författad av Mattias Hjerpe om Kinda kanal och dess utvecklingspotential mot ett framtida upplevelseområde fick mig att vilja forska vidare i samma spår. Jag vill tacka Lars Lööv en av uppdragsgivarna för ett mycket vänligt mottagande och för mycket intressanta samtal kring Kinda kanal och dess framtida utveckling. Jag vill också tacka Lööv för en mycket intressant och värdefull rundtur kring Kinda kanal som gjorde det möjligt för mig att bekanta mig med regionen. Jag vill tacka Bengt Senneberg för tips och idéer i det inledande uppsatsskrivandet. Jag vill tacka Ann-Louise Södersten, Lars Lööv, Leif Eriksson, Viveca Nilsson och Margreth Wiklund för att ni gjorde min intervjustudie möjlig och intressant. Jag vill också tacka Jenny Ulm på arkitektkopia i Norrköping för hjälp av scanning av kartor och mina vänner som stöttat mig under uppsatsskrivandets gång. Reinhold Castensson vill jag tacka för ett bra handledarskap till uppsatsen.

Innehållsförteckning

1. BAKGRUND	2
1.1. INLEDNING	2
1.1.2. <i>Problemdiskussion</i>	2
1.1.3 <i>Syfte</i>	3
1.1.4. <i>Frågeställningar</i>	3
1.2 DISPOSITION	3
1.3 METOD	3
1.3.1. <i>Tillvägagångssätt</i>	3
1.3.2 <i>Litteraturstudie</i>	3
1.3.3 <i>Intervjuer</i>	4
1.3.4 <i>Observation</i>	4
1.3.5 <i>Avgränsningar</i>	4
1.4 SAMMANFATTNING AV FÖRSTUDIEN	5
1.5 KARTA ÖVER KANALLEDEN KINDA KANAL	6
1.5.1 <i>Sjösystem och vattenvägar</i>	6
1.5.2 <i>Städer, orter och slussar</i>	6
1.6 HISTORISK BAKGRUND	7
1.6.1 <i>Kinda kanals historia</i>	7
1.6.2 <i>En tid av idéer, förslag och initiativ</i>	7
1.6.3 <i>Turerna kring kanalbygget</i>	8
1.6.4 <i>Kanalen öppnas för trafik</i>	9
1.6.5 <i>Kinda kanal som båtled</i>	10
1.6.6 <i>Turism, en historisk återblick</i>	10
1.6.7 <i>Fritid, turism och välfärd</i>	11
2. REGIONAL UTVECKLING, TURISM OCH UPPLEVELSEINDUSTRI	13
2.1 REGIONAL UTVECKLING	13
2.1.1 <i>Globalisering och tillgänglighet</i>	13
2.1.2 <i>Klusterbildningar</i>	13
2.1.3 <i>Infrastruktur och tillgänglighet</i>	14
2.2 TEORI OM TURISM	14
2.2.1 <i>Förutsättningar för turism</i>	15
2.2.2 <i>Modeller för turistresor</i>	15
2.2.3 <i>Attraktionens och symbolens betydelse</i>	18
2.3 TEORI OM UPPLEVELSETURISM OCH UPPLEVELSESAMHÄLLET	19
2.3.1 <i>Upplevelseindustrin</i>	20
3. INTERVJUSTUDIEN	21
3.1 INTERVJUSTUDIE	21
3.1.1 <i>Sammanfattning av intervjustudien</i>	24
3.2 KINDA KANAL IDAG	24
3.2.1 <i>Kinda kanal som regionalt upplevelseområde</i>	24
3.2.2 <i>Turism kring Kinda kanal idag</i>	25
3.2.3 <i>Turism idag</i>	26
4. DISKUSSION OCH ANALYS	27

4.1 KINDA KANAL I FÖRÄNDRING.....	27
4.1.1 Tillgänglighet och infrastruktur.....	27
4.1.2 Kommunikation och tillgänglighet	28
4.2 ÖKAT ENGAGEMANG OCH MÅLBILD	28
4.2.1 Samarbete och samordning.....	29
4.3 MODELLER FÖR TURISTRESOR KRING KINDA KANAL.....	29
4.3.1 Attraktioner, symboler och upplevelser.....	30
4.3.2. Kinda kanal som varumärke	31
4.4 UPPLEVELSEOMRÅDEN, UPPLEVELSETURISM OCH FRAMTIDA POTENTIAL.....	32
4.4.1 Upplevelseindustri och turismhistoria.....	32
4.5 FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR TURISM KRING KINDA KANAL	33
5. SLUTSATS.....	34
5. 1 VERKTYG FÖR FRAMTIDA UTVECKLING	34
6. AVSLUTNING.....	36
6.1 FRAMTIDA FORSKNING	36
SAMMANFATTNING	37

1. Bakgrund

I detta första kapitel presenteras inledning och problemdiskussion som kommer att mynna ut i det syfte och de frågeställningar som avgränsar uppsatsen. Dispositionen berättar om uppsatsens upplägg. Under metodavsnittet behandlas tillvägagångssätt och avgränsningar. Under rubriken tillvägagångssätt står det att läsa om litteraturstudie, intervjuer och observation. En illustrativ karta över kanaleden Kinda kanal kommer sedan som ett verktyg till läsaren. Sedan följer en sammanfattning av en förstudie till uppsatsen. Kapitlets sista avsnitt är den historiska bakgrunden som behandlar Kinda kanal och turism ur ett historiskt perspektiv.

1.1. Inledning

Syftet med och användningen av Kinda kanal har förändrats sedan kanalens tillkomst. Den kanal som det en gång i tiden planerades för, att transportera varor på och verka för ökad kommunikation har idag fått en annan betydelse. Kinda kanal är fortfarande en kommunikationsled men inte av samma karaktär som vid dess invigning år 1871. Idag fungerar kanalen som en turistbåtled och magnet för näringar som valt att etablera sig i dess närområde för att på ett eller annat sätt direkt eller indirekt dra nytta av närheten till kanalen. Det vackra natur- och kulturlandskapet som omger kanalen lockar varje år många besökare som valt att turista där. Områdets besökare färdas antingen på kanalen med fritidsbåt eller med ett av de två rederierna som trafikerar den eller så besöker de någon av de upplevelser eller attraktioner som finns intill kanalen.

Till grund för denna uppsats ligger en förstudie som gjordes sommaren 2005¹. Denna förstudie ger en översiktlig beskrivning över Kinda kanal som upplevelseområde samt en kartläggning av näringar som attraherar turister. Författaren till förstudien kom fram till att upplevelser kring Kinda kanal bör identifieras dels för att attrahera och locka flera besökare till området och dels för att få turistnäringen kring kanalen att blomstra genom samarbete de olika aktörerna sinsemellan och via gemensam marknadsföring. Förstudien fick mig att fatta intresse för att skriva om upplevelseturism och hur upplevelseturism kan utvecklas i den valda regionen.

1.1.2. Problemdiskussion

Kinda kanal och sjöarna Ärlången, Rängen, Järnlunden och Åsunden som kanalen sammanbinder samt det landskap som omger området tar idag emot många turister, främst under sommarmånaderna. Kanalen och dess omgivningar har potential för att ta emot betydligt fler turister än de som besöker området idag. För att regionen ska attrahera flera turister måste regionen utvecklas och marknadsföras korrekt. Ett ökat samarbete med gemensamma mål de olika näringarna emellan och identifiering av upplevelseområden som kan stärka näringarna. De olika turistnäringarna längs kanalen är ojämnt fördelade och det innebär att det finns plats för nyföretagande och nytänkande. En av uppgifterna i denna uppsats är att på ett konsekvent sätt reda ut hur och kring vilka upplevelser som de olika näringarna kan samarbeta om. Hur upplevelserna kan tydliggöras och utvecklas och vad som kan göras för att främja ett utökad och mer stabilt samarbete. För att svara på detta har följande syfte och frågeställningar ställts upp.

¹ Hjerpe Mattias, *Om konsten att välja kanal – Tre scenarier för framtida utveckling av Kinda kanal*, Tema vatten i natur och samhälle, opublicerat material, Linköpings universitet, 2005. s. 14 – 23.

1.1.3 Syfte

Att kartlägga och analysera Kinda kanal med omland som en region i förändring och undersöka hur turismen kan utvecklas där.

1.1.4. Frågeställningar

1. Vilken potential för upplevelseturism finns kring Kinda kanal och hur kan den utvecklas?
2. Vilken typ av turistattraktioner finns idag och vilka nya kan utvecklas?
3. Vilka upplevelseområden kan identifieras kring Kinda kanal?
4. Hur kan samarbetet mellan redan etablerade aktörer kring Kinda kanal öka?

1.2 Disposition

Uppsatsen består av sex kapitel och inleds med detta bakgrundskapitel, det andra kapitlet presenterar den teoretiska referensramen där det står att läsa om regioner i förändring, om turism och upplevelseindustri. Sedan följer empirin som behandlar upplevelseområdet Kinda kanal. Empirin består dels av en intervjustudie och dels av en litteraturstudie. Kapitlet diskussion och analys diskuteras mot bakgrund av den teoretiska referensramen och empirin och de erhållna resultaten. I slutsatsen kommer guldgruvorna att presenteras från de tidigare kapitlen. Avslutningskapitlet är uppsatsens sista kapitel och behandlar idéer och förslag på fortsatta studier.

1.3 Metod

1.3.1. Tillvägagångssätt

De tillvägagångssätt som använts i undersökningen är litteraturstudier, fältobservationer och intervjuer där tyngden ligger på litteratur som sekundärmaterial och intervjuer som primärmaterial.

För att historiskt beskriva regionen Kinda kanal och turism och olika teorier om turism samt hur det förhåller sig idag var det nödvändigt med en litteraturgenomgång. Då ett område ska analyseras så som frågeställningarna beskriver ansågs det intressant att ta del av området genom observationer. Intressant ansågs även vara att intervjua personer som arbetar med eller i närheten av Kinda kanal och med personer som håller på med turistrelaterade frågor. Detta för att skapa en inblick och för att bättre kunna svara på syfte och frågeställningar.

1.3.2 Litteraturstudie

Boken *Kinda kanals historia* författad av den förre Riksgäldsrevisorn John Hägglund har flitigt använts främst till det historiska avsnittet. Hägglund fick i uppdrag att författa en historisk framställning av föreningen Kinda kanals vänner som bildades tre år innan boken publicerades år 1966. Boken *Turismens historia och utveckling* av Thomas Blom & Mats Nilson har använts mycket ingående då boken på ett klart och tydligt sätt tar upp definitioner om turism, och turismhistoria. Thomas Blom är universitetslektor och docent och Mats Nilson är universitetsadjunkt, de båda är verksamma inom turismutbildningen

vid Karlstads universitet. Bengt Wahlströms bok *Guide till upplevelsesamhället* har använts till att förklara begreppet upplevelseindustri och dess betydelse. Rapporten *Blandade upplevelser – En förstudie om Svensk upplevelseindustris möjligheter med förslag och åtgärder* författad av stiftelsen för kunskap kompetensutveckling, rapporten behandlar upplevelseindustri och är mycket intressant i relation till upplevelseturism som kan förklaras som en gren av just upplevelseindustri. *Östra Götaland – förutsättningar för regional utveckling*, en rapport som beskriver regional utveckling författad av Reinhold Castensson, professor vid Linköpings universitet.

1.3.3 Intervjuer

Upplevelseturism går ut på att olika företag samarbetar kring en bestämd plats eller ett bestämt tema, upplevelsen, för att attrahera och locka så många turister som möjligt. För att identifiera olika upplevelseområden är det viktigt att samtala med de aktörer eller några av dem som redan finns på plats eller som arbetar med turism. Detta för att ta vara på innovativa förmågor och lära känna platsen och att skapa nytänkande. För att få intressanta svar valde jag inledningsvis i uppsatsskrivandet att intervjua turistchef i Kinda, Linköpings och Norrköpings kommun, VD på Östsvenska turistrådet, Claes-Göran Österlund kanaldirektör för Göta kanal och Lars Lööv kanaldirektör för Kinda kanal. Alla de utvalda fick jag inte tag i eller så ansåg de sig inte veta tillräckligt om det jag ville fråga om. Av denna anledning intervjuades andra personer som jag inte tänkt på i det inledande uppsatsskrivandet men som jag under forskningens gång kom i kontakt med eller blev tipsad om. De intervjufrågor som ställdes är desamma som frågeställningarna till uppsatsen. Under empirikapitlet beskrivs de intervjuade personerna närmare.

Metoden vid intervjuerna var att kontakt först togs med de utvalda intervjupersonerna via telefon för att informera om intervjun. Frågorna skickades sedan ut via mail, sedan togs intervjun via telefon. Detta för att intervjuaren och den intervjuade skulle vara förberedda och för att intervjun lättare skulle flyta på. Under telefonintervjun togs anteckningar som kort därefter sammanställdes.

1.3.4 Observation

För att lättare identifiera olika upplevelseområden är det viktigt att ha varit på plats för att själv uppleva och skapa en mental bild. En förmiddag i slutet av november åkte jag med kanaldirektör Lars Lööv längs med Kinda kanal. Vi besökte områdena Sturefors, Hamra och Hovetorp, Brokind, Rimforsa och slutligen Tannefors och Nykvarn. Under resans gång berättade Lööv mycket ingående om de olika platserna. Mest koncentration kom att ligga på slussarna och kanalen, det som Lööv också definierade som upplevelseområden.

1.3.5 Avgränsningar

Avgränsningar i rum kommer att göras kring den grävda delen av Kinda kanal och det sjösystem som kanalen sammanbinder och dess omland. Avgränsning i tid kommer att göras till mitten av 1700-talet för att kunna beskriva Kinda kanal med omland som en region i förändring. En historisk återblick kommer att ges kring turism till början av 1800-talet. Turism kommer i rum att avgränsas till Sverige, då den region som ska studeras är belägen i Sverige.

1.4 Sammanfattning av förstudien

Författaren inleder med att ge en definition av vad ett upplevelseområde är. Ett upplevelseområde är en rad olika verksamheter som inte har formell koppling till varandra men som kan sammanföras kring en plats eller ett tema eller en kombination av de båda. De turistföretag som står bakom upplevelseområdet hoppas på att besökaren är villig att betala mer för upplevelsen än de enskilda delarna var för sig. De olika företagen kan på detta sätt också ta ut ett högre pris. Upplevelseområdena kan riktas mot olika målgrupper, med olika typer av paketresor som kan innehålla exempelvis boende, mat, utställningar, shopping och/eller andra önskvärda aktiviteter. För att ett upplevelseområde ska vara möjligt att marknadsföra krävs en plattform som underlättar för de enskilda turistföretagen och den enskilda besökaren. Upplevelseområden är allt mer populära inom turistbranschen idag. Författaren delade upp förstudien i följande delar då regionen kring Kinda kanal skulle undersökas: övernattnings-, fiske- och båtturer, lagad mat, aktiviteter och sevärigheter samt lokal produktion och shopping.

Övernattningar. Det finns hotell, camping, folkhögskolor, vandrarhem, motell/hotell, kursgårdar, konferensanläggningar. Dessa anläggningar har under senare tid ökat både i omfattning och i deras omsättning. Båttrafiken på kanalen har varit en förutsättning för många av verksamheterna, den lockade turister. Men de olika övernattningsanläggningarna ansåg att båttrafiken var för liten och önskade utökning. De olika turistföretagen med övernattningserbjudanden erbjöd även andra aktiviteter som till exempel paddling, hantverk och försäljning. Övernattningsföretagen hade inte något formellt samarbete, men informellt samarbete fanns med andra näringar.

Fiske och båtturer. Många företag erbjuder fiske och båtturer. Två rederier erbjuder båtresor, det större rederiet arbetar med paketlösningar tillsammans med hotell och vandrarhem. Här menar författaren att det kan vara lönsamt att ta vara på den resterande turistnäringen i området och främja ett ökat samarbete.

Lagad mat. Linköpings tätort bjuder på både restaurang och café i anslutning till Kinda kanal. Kring orterna Rimforsa, Horn, Sturefors, Brokind, Bestorp finns gatukök, pizzeria och enklare restauranger. Under senare tid har ett flertal caféer nyöppnat inom kanalområdet. Företag som erbjuder boende, mat och aktiviteter har också ökat. Caféföretagen berättade att antalet gäster ökat under åren och att några av företagen de senaste åren börjat med allsång på kvällarna. De efterlyste mer information och reklam från kanalbolaget. De företag som serverar mat samarbetar inte så mycket med varandra.

Aktiviteter och sevärigheter. Dessa företag erbjuder aktiviteter, äventyr, samarbetsövningar, grottklättring, ridning, golf, cykelturer, besök på slott och museum. Dessa verksamheter är oftast verksamheter som bedrivs vid sidan av annan verksamhet.

Lokal produktion och shopping. Inom kanalområdet finns det ett antal mindre företag som arbetar inom livsmedelsbranschen och några hantverkare. Linköping står för det största shoppingutbudet. I tätorterna Kisa och Rimforsa finns ett mindre antal butiker.

Författaren menade att området kring Kinda kanal idag inte har karaktär av upplevelseområde men området har potential till att utvecklas till ett sådant område. Att utveckla upplevelseområden som plattform är mycket viktigt. Ett krav är att upplevelser identifieras och att de olika turistföretagen är beredda på och villiga att arbeta för ökat samarbete kring dessa områden. De olika företagens mål med verksamheten är här mycket viktigt².

² Hjerpe Mattias, s. 14–23

1.5 Karta över kanalleden Kinda kanal

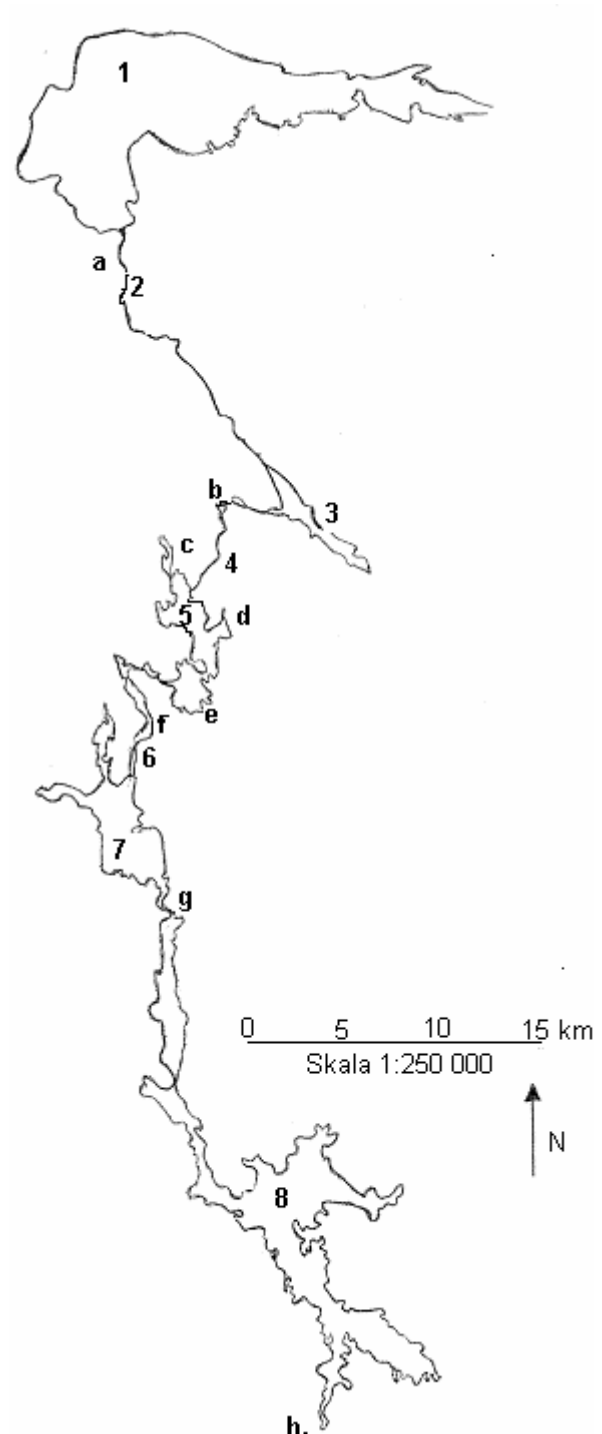
En illustrativ karta över kanalleden Kinda kanal från Roxen i Norr till Horn i Söder. Den karta som nedan visas lokaliseras till den centrala delen av Östergötland och söder över.

1.5.1 Sjösystäm och vattenvägar

1. Sjön Roxen
2. Stångån
3. Sjön Ärlången
4. Del av den grävda delen av Kinda kanal
5. Sjön Stora Rängen
6. Sjön Lilla Rängen
7. Sjön Järnlunden
8. Sjön Åsunden

1.5.2 Städer, orter och slussar

- a. Linköping, här finns även slussarna Nykvarn och Tannefors
- b. Sturefors slott och sluss
- c. Slussarna Hovetorp och Hamra
- d. Bjärka-Säby och Bjärka-Säby slott
- e. Bestorp
- f. Brokind med slussar
- g. Rimforsa
- h. Horn



Figur 1. Karta över kanalleden Kinda kanal.³

³ Sverige vägatlas, Motormännen, egen bearbetning,

1.6 Historisk bakgrund

Detta avsnitt av uppsatsen ger en historisk skildring av Kinda kanal och turism.

1.6.1 Kinda kanals historia

Kinda kanals historia kan vid en första anblick förefalla rätt brokig och svår att reda ut. Kinda kanals historia berättar om många turer fram och tillbaka gällande tillstånd och idéer mellan initiativtagare och Kungl. Maj:t samt olika myndigheter. Historien beskriver även förändringen av Kinda kanals betydelse och användning. Från transportkanal av varor och kommunikation till ett kulturminne samt upplevelse- och turismattraktion.

1.6.2 En tid av idéer, förslag och initiativ

Redan på 1500- och 1600- talen fanns planer på en kanal mellan de olika sjösystemen för att förbättra anknytningarna. I Sverige har sjöar och floder historiskt sett haft stor betydelse som båtleder. Tidigare var det lättare att färdas på de sammanhängande lederna då vattendragen ofta var mer framkomliga än idag⁴. Första initiativtagare till Kinda kanal var generalmajoren, friherren Carl Fredrich Pechlin, ägare av Åhults säteri och bruk i Södra Vi, år 1750. År 1751 kallade landshövdingen Gustaf Adolph Lagerfeldt Östergötlands stånd för att forma förslag till ny skogsodling för Östergötlands och Vadstena län. Under detta förslag kom även kanalbygget att diskuteras. Landshövdingen skrev år 1752 till Kungl. Maj:t att intresse fanns bland prästerskapet att använda sjöarna till inrättning av en båtled⁵. Landshövdingen hade låtit en lantmätare, Nils Lindbeck, att utifrån kartor från år 1744-46 ta fram två kartor som illustrerade möjligheterna till kanalbygge. En kanal skulle ge förmån och nytta till omgivande land och till Linköping skulle virke kunna fraktas på en båtled⁶.

År 1752 lämnade Kungl. Maj:t ärendet till rikets städer för yttrande. År 1756 meddelade landshövdingen Kungl. Maj:t att landskap och möjligheter för eventuellt kanalbygge mellan sjöarna Rängen, Järnlunden och Åsunden undersökts och att en lantmätare var anlita. Lantmätaren kom år 1755 fram till att endast en sluss behövdes vid Bokind och att slussen kunde byggas av trä samt att det var möjligt att inrätta en båtled mellan sjöarna, detta på bekostnad av ålfiske i Åslunden och Ämmern⁷. Kostnaderna uppskattades till högst 3000 daler för slussen vid Brokind och båtledens uppbyggnad. Kungörelse utfärdades år 1756⁸.

År 1756 granskades förutsättningarna för en kanal från Linköping till Vimmerby. Samma år blev lantmätaren Gran beordrad att undersöka om möjlighet fanns för båtförbindelse mellan sjöarna Roxen, Stora Rängen, Juttern, Krön och vidare till Stora ån och Emån. Gran kom i sin undersökning fram till att cirka 10 slussar behövdes, vid Stångåkvärn, Tannefors, Hackefors, Hjulsbro, Slattefors, Helleforskvärn, Sturefors och Brokind⁹.

⁴ Hägglund John, *Kinda kanals historia*, s. 7

⁵ Ibid. s. 8

⁶ Ibid. s. 9

⁷ Ibid. s. 10

⁸ Ibid. s. 11

⁹ Ibid. s. 12

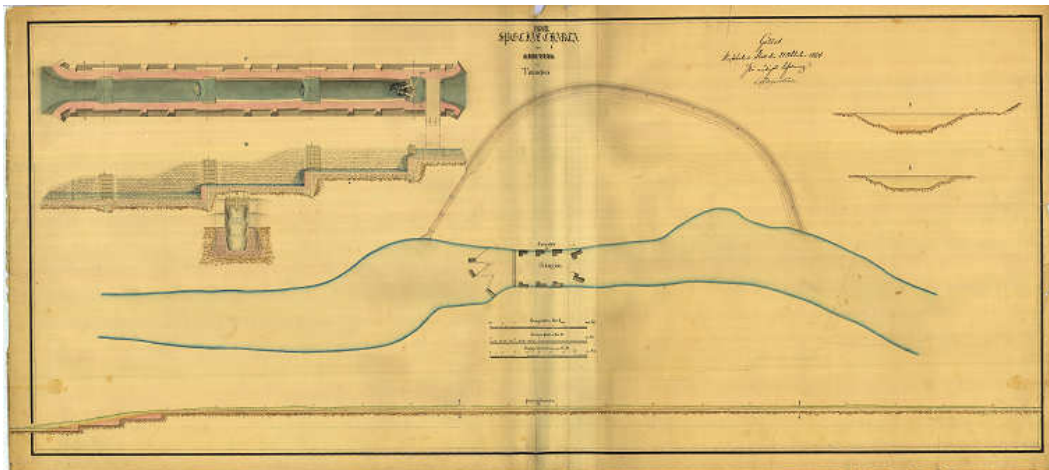
Åren 1771-72 togs diskussion om Göta kanal upp i riksdagen då den kanalen ansågs vara av mycket större vikt än andra kanalbyggen resulterade det i att frågan om Kinda kanal kom i skymundan¹⁰. Frågan om Kinda kanal var uppe ett fåtal gånger under slutet av 1700-talet men då oftast som förslag¹¹.

År 1797 gav Kungl. Maj:t uppdrag till överdirektören på generallantmätarkontoret Erik af Wetterstedt att undersöka och ge förslag på byggnation av båtleden och hur den skulle finansieras. Det resultat som af Wetterstedt gav var liknande det som lantmätaren Gran tidigare presenterat¹². Af Wetterstedt beaktade även fördelar och nackdelar av båtleden. Som fördel belyste af Wetterstedt bristen på skog, ved och annat byggnadsvirke, i Linköping som lättare skulle kunna fraktas dit från de täta skogarna kring Kinda. Nackdelar var kostnaden och svårigheten med att verkställa farleden¹³.

1.6.3 Turerna kring kanalbygget

Kungl. Maj:t utfärdade år 1799 ett privilegium av bildandet av ett bolag som skulle bygga båtleden. Ett antal intresserade fastighetsägare sköt till kapital som kom att räcka till lite mer än hälften av finansieringen. Finansiärerna, aktieägarna, kallades år 1800 till bolagsstämma för att välja direktion. Den valda direktionen fick i uppdrag att samla in återstående kapital till båtledens finansiering¹⁴.

År 1802 tog direktionen beslut om att byggnadsingenjören Olof Åkerrén skulle få stå för kanalens färdigställande. Åkerrén gav förslag på kanalbygget om fartygens storlek, slussarnas längd och bredd, byggnadssätt, byggnadsmaterial med mera¹⁵. Arbetet med slussbyggandet tog fart år 1803 i Kvilla och år 1805 i Brokind. Arbetet blev försenat på grund av läckage, fördröjningar och brist på arbetskraft samt Åkerréns knappa närvaro, detta resulterade i ökade kostnader¹⁶.



Figur 2. Ritning över Tannefors slussar. På ritningen står det: "Special karta öfer arbetena vid Tannefors, 21 Oktober 1864"¹⁷.

¹⁰ Hägglund John s. 16

¹¹ Ibid. s. 20

¹² Ibid. s. 22

¹³ Ibid. s. 23

¹⁴ Ibid. s. 27

¹⁵ Ibid. s. 30

¹⁶ Ibid. s. 34

¹⁷ Kanalvännernas bildarkiv, egen bearbetning

År 1810 var farleden färdig, men kanalen fick inte den betydelse som förväntats. Anledningen var båtledens inskränkta lokalisering och allmänhetens fördomar mot nya företag. Kanalens direktion blev tvungen att bara två år efter att kanalen tagits i bruk informera Kungl. Maj:t att pengarna var slut och att bolaget var konkursmässigt. Kanalen användes bara till timmerflottar och båtar med flyttsaker¹⁸.

År 1813, det enda tillfälle som farleden skulle användas av en större båt hände en olycka i slussarna vid Brokind. Den västra delen av slussens övre port hade vänt sig utåt vilket ledde till att övre slussporten inte kunde hålla tätt och att inget vatten från övre sjön kunde släppas in med risk för att hela västra sidan skulle ryckas bort. Anledningen till olyckan var att slussen inte byggts enligt ritningarna, något som tros kan ha berott på Åkerréns ständiga frånvaro¹⁹.

Baltzar von Platen svarade på en remiss om tillståndet om Kinda kanal, där han meddelade att Göta kanals direktion ansåg att Kinda kanal var viktig för landets inre kommunikationer men att de inte kunde hjälpa till. von Platen skrev även att han trodde att Kinda kanal, då den byggts färdigt, i framtiden skulle kunna dra förtjänst av Göta kanal²⁰.

I ett sammanträde i Rimforsa år 1852 togs beslut om att bygget av farleden borde återupptas. Uppdraget gavs vid sammanträdet till generalmajoren Johan Fredrik Boy, kapten Axel Pauli och tidigare riksdagsfullmäktige Lars Magnus Knutsson som fick i uppgift att åta sig uppdraget²¹. Utredning, förslag och verkställande av kanalen tog tid och kom att kosta mer än vad som från början beräknats vilket också kom att leda till oönskade lån och nya konstellationer av initiativtagare. År 1860 kom stadsutskottet att förklara att inga ytterligare lån skulle utbetalas²². Efter detta följde många turer fram och tillbaka gällande båtledens och sjösänkningarnas finansiering.

1.6.4 Kanalen öppnas för trafik

År 1861 hade båtleden dock öppnats för trafik. Nästa steg blev då att föreslå båtförbindelse mellan norra delen av sjön Rängen och Linköping. För denna sträcka fanns tre hästar för transport till befogenhet. Om båtleden skulle dras ända till Linköping skulle också kommunikationen öka. Kostnaden befarades bli mycket hög, så hög att järnväg kom att diskuteras²³.

Kinda sjösänkning- och båtledsbolag gav i september 1862 inbjudan till aktieteckning i ett bolag för en båtled genom Stångåns kanalisering till Linköping. Göta kanals direktion och andra intressenter tecknade efter inbjudan aktier i Kinda kanalbolag. Bolaget finansierades även av stadsbidrag²⁴. Båtleden kom att överlämnas till kanalbolaget. Kungl. Maj:t fastställde den 21 oktober 1863 bolagsordningen för Kinda kanals aktiebolag som skulle kanalisera Stångån från Rängen till Linköping och tillsvidare underhålla hela båt- och kanalleden²⁵. Kanalarbetet påbörjades år 1865, år 1871 blev kanalen färdigställd, ett år för

¹⁸ Hägglund John s. 37

¹⁹ Ibid. s. 38

²⁰ Ibid. s. 40

²¹ Ibid. s. 48

²² Ibid. s. 56

²³ Ibid. s. 64

²⁴ Ibid. s. 68

²⁵ Ibid. s. 72

sent. Samma år inspekterade Kungl. Maj:t hela kanalen. Arbetet med kanalen godkändes 1872²⁶.

1.6.5 Kinda kanal som båtled

1870-talet var en bra period för Sveriges inrikessjöfart, även Kinda kanal fungerade bra. Cirka 60 procent av trafiken utgjordes av frakt av skogsprodukter från de skogrika trakterna kring Kinda till Linköping. Under 1880-talet minskade trafiken för att stabiliseras år 1890- till 1902. Även andra produkter kom att fraktas på kanalen så som tegel, stenkol, koks, spannmål, gödningsämnen med mera. År 1902 öppnade Östra Centralbanan, järnvägen kom att förändra båttrafiken, eftersom mycket som tidigare forslats med båt då kom att transporteras med tåg. Förslag fanns att samordna kanal och tågtrafik men det avvisades²⁷. Under första världskriget kom trafiken att öka igen för att sedan gå tillbaka efter kriget. Lastbilar, bussar och det ökade antalet bilar var faktorer som påverkade den nedåtgående trafiken²⁸. År 1936 försattes kanalbolaget i konkurs, då företaget en tid blött finansiellt dels beroende på nedåtgående trafik och dels beroende av olika skador²⁹. År 1939 bildades ett nytt bolag, Aktiebolaget Kinda Båtled. Även detta bolag fick erfara minskad trafik och minskade intäkter. Under andra världskriget gick det lite bättre, då främst beroende på frakt av ved³⁰.

År 1957 beslutade vattendomstolen om att fasta broar på 3,09 meters höjd skulle byggas, något som kom att resultera i att båttrafiken rejält skulle skadas om inte upphöra. Efter långa förhandlingar kom vattendomstolen fram till att Aktiebolaget Kinda Båtled skulle få ersättning för intrång på bolagets egendom³¹.

1.6.6 Turism, en historisk återblick

Begreppet turist användes för första gången i skrift i Sverige i samband med en illustrerad bild från år 1824. Bildtexten löd: ”*En turist. Falu grufva 1824.*” Under 1800-talet genomgick det svenska samhället stora strukturförändringar som bidrog till turismens utveckling i Sverige. I detta sammanhang var industrialiseringen en avgörande faktor som kom att leda till att en ny samhällsklass växte fram, medelklassen. Den växande medelklassen kom i allt större utsträckning att intressera sig för att resa. En annan viktig faktor för turismens framväxt var transportväsendets utveckling med ångmaskinen som bidrog till snabbare tåg- och båttrafik³². Ångbåtstrafiken kom igång och Göta kanal öppnades och erbjöd nya vattenburna transporter. Ångbåtstrafiken gjorde det lättare för stadsbefolkningen att nå kustorterna. Järnvägens utbyggnad fick en stor betydelse för turismens utveckling³³.

På 1850-talet kom skärgårdsturismen att växa fram bland över- och medelklassen. Sommarvistelser i skärgården innebar nybebyggelse av sommarhus³⁴. Under ett tidigt 1800-tal växte ett flertal badorter fram på västkusten med varmbadhus, mest känt är

²⁶ Hägglund John , s. 74

²⁷ Ibid. s. 85

²⁸ Ibid. s. 98

²⁹ Ibid. s. 104

³⁰ Ibid. s. 112

³¹ Ibid. s. 121

³² Blom. Thomas & Nilson Mats, *Turismens historia och utveckling*, s. 43

³³ Ibid. s. 44

³⁴ Ibid. s. 46

Gustafsberg utanför Uddevalla från år 1814. Likt som på andra exploaterade platser växte ett fungerande kommunikationssystem med båtar som tog emot badgäster fram. Denna utveckling tog även fart på östkusten med västkusten som förebild³⁵.

Under 1800-talet blev även storstäderna Stockholm, Göteborg, Malmö och Uppsala attraktiva turistmål. Dalarna och bygderna kring Siljan var också landskap som fick status. En anledning var att den svenska turisten inte passivt ville skåda natur och kultur. Syftet för turisten var att lära sig flora, fauna, svensk bygdehistoria och aktivera kroppen ute i naturen, turisten skulle uppleva plats i tid och rum³⁶. Turister sökte sig till bergstrakter, skogar och sjöar för att åka skidor, gå skogspromenader och studera naturen. Den orörda naturen var speciell och skulle upplevas.

Under 1880-talet kom fjällturismen att ta fart och de första anläggningarna byggdes i Ytterån, Mörsil och Åre. Under samma tid byggdes järnvägen så att det blev möjligt att upptäcka det då för den tiden orörda norra Sverige. Vid 1880-talets slut bildades olika turistföreningar i Sverige för att sprida information och underlätta för turisten och för turism i Sverige³⁷.

Under 1900-talet kom turisternas rörlighet att öka beroende på den sociala utvecklingen som innebar att en större del av befolkningen fick allt mer fritid och pengar att röra sig med. En annan faktor var utvecklingen av informations- och kommunikationsteknologin som innebar att befolkningens kunskaper om turistmålen ökade samt att det blev möjligt att resa längre bort på kortare tid och till en lägre kostnad³⁸.

1.6.7 Fritid, turism och välfärd

Fritid kommer från den industriella revolutionens förändrade synsätt på arbetsorganisationen. På landet i brukssamhället bestod oftast all vaken tid av arbete. År 1938 infördes två veckors lagstadgad semester. Turism kom att förknippas med fritid. Fritid och semester kom att bli uttryck för vila och ett avbrott från vardagen³⁹. Välfärsamhället kom att innebära att en allt större del av befolkningen fick möjlighet till att köpa en upplevelse under semestern eller fritiden. Under 1900-talet kom ett antal samhällen att etableras enbart för att fungera som turistorter. Detta var främst vid kusten och i norra Sveriges inland i fjälltrakterna⁴⁰.

En ny form av turism kom att växa fram, massturism innebär att en större grupp människor reser i organiserad form till bestämda och utvecklade turistmål, oftast paketresor till exempel charterresor. Massturism är en form av industri som styr människornas förhållande till turism och att vara turist. Turistindustrin är en producent av upplevelser vars syfte är att fylla människors fritid. En industri som på alla sätt vill maximera vinster⁴¹. Massturismindustrin växte fram under 1950-60-talen. Under denna tid blev semestern längre, arbetsdagarna kortare och pensionsåldern lägre vilket ledde till att befolkningens

³⁵ Blom Thomas & Nilson Mats, s. 47

³⁶ Ibid. s. 48

³⁷ Ibid. s. 49

³⁸ Ibid. s. 51

³⁹ Ibid. s. 51

⁴⁰ Ibid. s. 51

⁴¹ Ibid. s. 62

fritid ökade likt som tid för resande, turism. Resvana, omvärldskunskap och språkkunskaper var förhållandevis lågt och då passade charterresor bra⁴².

Om turism idag står det att läsa om i efter intervjustudien.

⁴²Blom Thomas & Nilson Mats, s. 63

2. Regional utveckling, turism och upplevelseindustri

Detta andra kapitel av uppsatsen är indelat i tre mindre avsnitt. Det inledande avsnittet regional utveckling behandlar globalisering och tillgänglighet, klusterbildningar samt infrastruktur och tillgänglighet. Det andra avsnittet behandlar turismteori, förutsättningar för turism, attraktionens och symbolens betydelse och avslutningsvis modeller kring turistresor. Det avslutande kapitlet tar upp fenomenet med upplevelseindustri och dess samhällsekonomiska betydelse.

2.1 Regional utveckling

Kinda kanal med omland är en region i förändring, en region i utveckling. Av denna anledning är det viktigt att belysa grunderna i regional utveckling.

Att utveckla en region kräver långsiktigt tänkande, vilja och medvetenhet om målet. Detta kräver en politisk diskussion om hur regionen kan utvecklas på kort och lång sikt för att skapa en plattform för regionens framtida sammansättning, funktion och dynamik. Alla områden har specifika förutsättningar till utveckling. Det är de regionala politikernas uppgift att ta vara på dessa förutsättningar till utveckling och att utgå från dem i utvecklingsarbetet. Det är de människor som bor och arbetar i regionen som bygger den. Regioner befinner sig i ständig förändring eftersom de politiska, sociala och ekonomiska relationerna hela tiden förändras⁴³.

2.1.1 Globalisering och tillgänglighet

Den ökade globaliseringen och integrationen mellan världens ekonomier påverkar näringar och företag på lokal nivå. Detta innebär stora förändringar för många företag då deras relationer har förändrats från regional/nationell nivå till internationell/global nivå. Detta är något som innebär beroenden på lång distans och ett nytt tänkande utanför den egna kulturkretsen. Detta medför också större krav på tillgänglighet för människor och varor. Utan denna tillgänglighet kan det bli svårt för företagen att hävda sig på den internationella marknaden⁴⁴.

Det moderna samhället kräver ett ökat nätverksarbete. Idag sker många av de sociala och ekonomiska kontakterna allt oftare genom spontana eller via uppbyggda nätverk. I detta sammanhang utgör informationsteknologin en betydande faktor och bidrar till ökade möjligheter till snabb och billig kommunikation. Sociala nätverk har även de varit på framväxt, antingen spontant eller genom olika samhällsinstitutioner. Sociala nätverk är inget nytt förekommande fenomen, skillnaden ligger i att de nu med hjälp av informationsteknologin kan omfatta allt fler inom större områden⁴⁵.

2.1.2 Klusterbildningar

Viktigt för den regionala ekonomin är förekomsten av branschvisa klusterbildningar i näringslivet. Klusterbildning innebär gruppering av företag som har starka gemensamma

⁴³ Castensson Reinhold, *Östra Götaland –förutsättningar för regional utveckling*, s. 18

⁴⁴ Ibid. s. 22

⁴⁵ Ibid. s. 32

intressen och beroenden⁴⁶. Klusterbildningar är också innovativa, flexibla och konkurrenskraftiga internationellt⁴⁷. Den allt mer tydliga globaliseringen har resulterat i ökad satsning på att bilda regionala kluster och produktionsmöjligheter. En ökad trend av profilering av regionala specialiteter samt ökad satsning på innovations- och läroprocesser är ett led av globaliseringen⁴⁸.

2.1.3 Infrastruktur och tillgänglighet

Hur en regions infrastruktur är lokaliserad och fungerar har en stor betydelse för regionens sätt att fungera och utvecklas, infrastrukturen verkar som värdeskapande för regionen. Geografiska läges fördelar bildas vid järnvägs korsningar och vid riksväg korsad av motorväg. Infrastrukturen bidrar till ökad tillgänglighet och kommersiella marknader. Geografiska läges fördelar av utvecklat infrastrukturen som medfört att kommersiella verksamheter och handel har fått ökad attraktionskraft. Denna attraktion har på vissa platser varit så stark att nya orter och städer bildats och vuxit sig stora. Många av Sveriges tätorter har tillkommit på detta sätt. Attraktionskraften har varit starkare på orter där två eller flera infrastrukturen möts till exempel kanal, järnväg, hamn, sjöled och nu på senare tid flygförbindelser, banker, mäklare, reklambyråer och konsulter⁴⁹.

Infrastrukturen kan beskrivas på följande vis:

- De attraherar och stimulerar nya företag och privata aktörer att investera på en specifik plats.
- Infrastrukturen har lång livslängd och är hela tiden i drift.
- De skapar relationer och beroendeförhållanden individer och företag emellan.
- De kan ses som kollektiva nyttigheter som alla får ta del av.
- De kan verka som förmedlare av varor och tjänster⁵⁰.

2.2 Teori om turism

En definition av turism kan lyda *"Någon form av förflyttning från hemorten till en eller flera besöksorter och hem igen"*⁵¹. Detta innebär en bortavaro under en bestämd tid. Tidsbegränsningen är mellan 24 timmar och ett år. En tidsbegränsning som är lite komplicerad då det idag är möjligt att göra kortare dagsturer från Sverige till ett antal närliggande destinationer runt om i Europa. Avståndskriterium finns och innebär enligt Statistiska centralbyrån att en resa ska vara längre än tio mil för att klassas som en turistresa⁵². Resan ska vara frivillig och de pengar som används på resan ska vara medhavda och inte intjänade där. Turistdelegationen definierar turism som *"Människors aktiviteter när de reser och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år, för affärer, fritid eller andra syften"*⁵³. Det kan också vara svårt och kanske till och med missledande att generalisera turister och turism. Vi saknar en gemensam definition av turism dels beroende på komplexiteten av en turistaktivitet och dels på grund

⁴⁶ Castensson Reinhold. s. 81

⁴⁷ Ibid. s. 82

⁴⁸ Ibid. s. 22

⁴⁹ Ibid. s. 85

⁵⁰ Ibid. s. 86

⁵¹ Blom Thomas & Nilson Mats, s. 9

⁵² Ibid. s. 9

⁵³ Ibid. s. 10

av att olika intressen betraktas utifrån olika perspektiv på turistaktiviteter⁵⁴. En tredje definition av turism lyder ”*A profound, widely shared human desire to know others with the reciprocal possibility that we may come to know ourselves... a quest or an odyssey to see, and perhaps to understand the whole inhabited earth*”⁵⁵. Detta citat är bara ett av många som försöker definiera turism. Citatet beskriver människans behov av att undersöka och uppleva världen och att på så sätt lära känna sig själv. Ett begär, ett behov som människor besitter som också är tydligt turishistoriskt sett.

2.2.1 Förutsättningar för turism

Det finns flera förutsättningar för att turism ska uppstå.

- För det första måste det finnas någon form av attraktion som på ett eller annat sätt kan attrahera potentiella turister.
- För det andra är det viktigt att attraktionen är tillgänglig, det ska vara möjligt för turisterna att färdas till dit.
- För det tredje bör turistattraktionen, besöksplatsen, kunna tillhandahålla med olika sorters bekvämligheter, exempelvis kost och logi.
- En fjärde förutsättning är att det måste finnas människor som vill, har tid och möjlighet till att besöka attraktionen⁵⁶.

Precis som i många andra sammanhang är sambandet mellan utbud och efterfrågan viktigt då de båda sidorna påverkar varandra och strävar mot att uppnå balans. Utbud relaterat till turism består av fem huvudkomponenter: Attraktioner, transporter, service, marknadsföring och information⁵⁷.

Det som skiljer turism från andra näringar är att turism distribuerar konsumenten till produkten. Detta i jämförelse med andra näringar som distribuerar varor från tillverkning till marknaden. Alltså förutsättningar för turism är en destination med en attraktion, människor som besitter ekonomiska och sociala förutsättningar att ta sig till besöksplatsen. Kommunikations- och informationsvägar är mycket viktiga eftersom de sammanlänkar turist och besöksplats. Turism är ett mycket komplext ämne som påverkas av många olika faktorer, därför kan det vara svårt att jämföra och mäta turism. En anledning till turismens komplexitet är att den är beroende av människor och att människor i sig är ytterst påverkbara och komplexa individer som är i ständig förändring⁵⁸.

2.2.2 Modeller för turistresor

För att öka förståelsen för turism och turistresor och dess struktur är det nödvändigt att titta på olika förflytningsmodeller. Dessa modeller kommer i diskussions- och analyskapitlet att appliceras på Kinda kanal, det turistfenomen som jag valt att studera.

Det är viktigt att skapa ett helhetsperspektiv för turistens resa som innefattar den fysiska förflyttningen, förberedelserna inför resan och resans upplevelser. Varje resa består av

⁵⁴ Burns Peter M, *An introduction to tourism & anthropology*, s. 25

⁵⁵ Ibid. s. 30

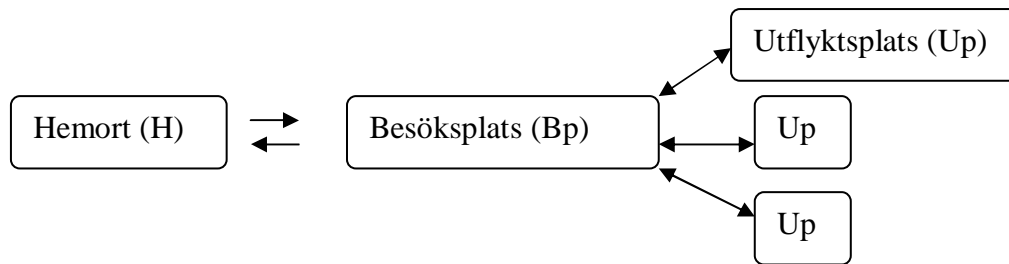
⁵⁶ Blom Thomas & Nilson Mats, s. 11

⁵⁷ Ibid. s. 12

⁵⁸ Ibid. s. 13

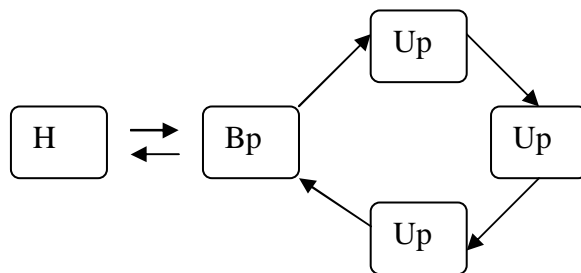
denna anledning av tre delar som är utgångspunkt, transportsträcka och destination⁵⁹. Utifrån dessa kan tre kan följande fem grundmodeller för turistresor gestaltas⁶⁰.

Modell 1.



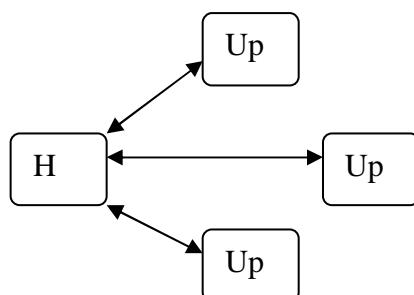
Den första modellen visar en resa som utgår från hemmet och leder till en destination som i sin tur är en utgångspunkt till mindre utflykter. Exempel på sådana resmål är Charterresor med utflykter⁶¹.

Modell 2.



I den andra modellen går resan från hemmet till besöksplatsen som sedan leder till en rundresa som avslutas på besöksplatsen. Även detta kan vara en charterresa⁶².

Modell 3.



Den tredje modellen visar exempelvis en semesterresa med hemmet som utgångspunkt varifrån kortare dagstripas eller utflykter görs, till exempel till en annan stad eller till en närliggande badplats⁶³.

⁵⁹ Blom. Thomas & Nilson Mats, s. 10

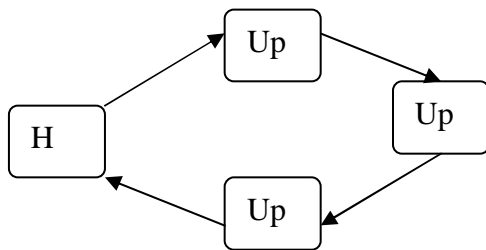
⁶⁰ Ibid. s. 11

⁶¹ Ibid. s. 11

⁶² Ibid. s. 11

⁶³ Ibid. s. 11

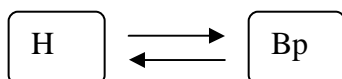
Modell 4.



Den fjärde modellen illustrerar en utflykt från hemmet, en rundresa med eventuellt några övernattningar.

Turisten i modell fyra återvänder inte till hemmet mellan de olika turistmålen. I detta fall kan turism definieras som temporär migration som innebär att återvändandet till hemorten i förväg är bestämd⁶⁴.

Modell 5.

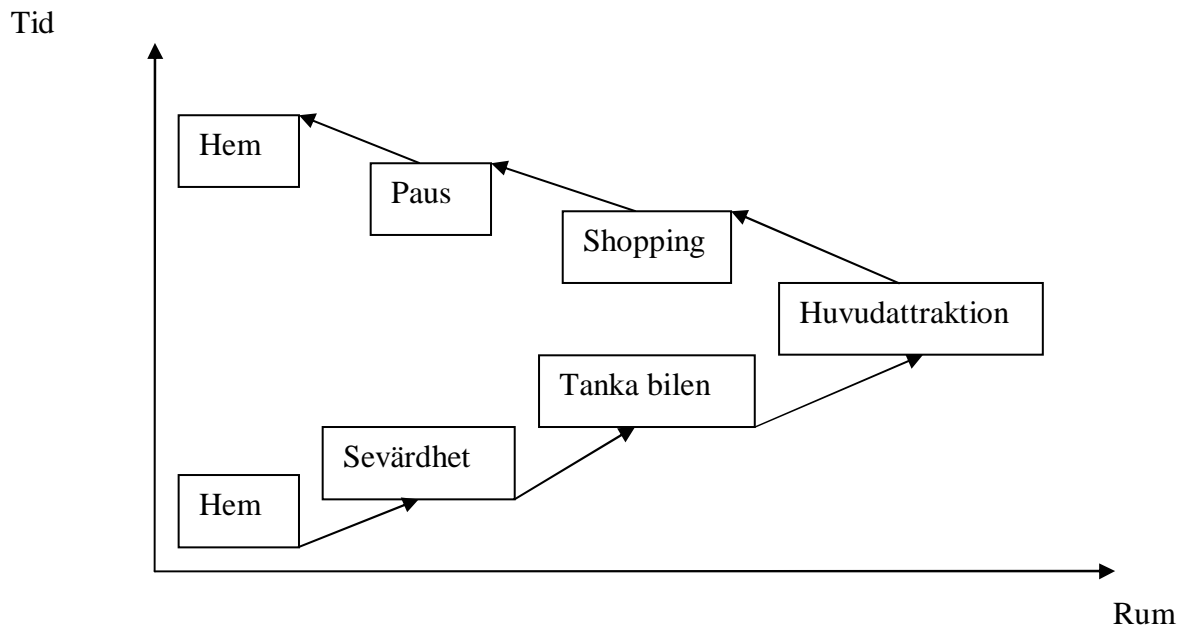


Modellen är den minst komplicerade och illustrerar den enkla resan mellan hemmet och besöksplatsen och resan hem. Den totala bortavaron koncentreras till besöksplatsen eller till dess närmaste område. En sådan resa kan exempelvis vara en charterresa eller ett besök i sommarstugan⁶⁵.

De ovan illustrerade modellerna visar turistresans rumsliga uttryck men tidsdimensionen beaktas inte. En tidsgeografisk resa visas nedan.

⁶⁴ Blom Thomas & Nilson Mats, s. 11

⁶⁵ Aronsson. Lars, *Turismens hållbara utveckling?*, s. 27



Ur ett tidsgeografiskt perspektiv kan modell fyra vara en resa med hemmet som utgångspunkt exempelvis en dagsutflykt⁶⁶.

2.2.3 Attraktionens och symbolens betydelse

Det är viktigt att utgå från platsen med dess olika innebörder då turistrelaterade verksamheter beaktas. Inom kulturgeografisk forskning har platsens betydelse för människans identitet länge varit en central utgångspunkt. En turistresa blir aktuell då ett behov uppstår av att resa någonstans. Detta behov har sin grund i att något på något vis attraherar en eller en grupp individer och som lockar dem till att söka upp och transporteras till en speciell plats. Ofta är det platsen med den identitet och den helhetsupplevelse som skapas som turisten söker upp, inte bara attraktionen i sig. Hur detta behov av att resa uppstår och den känsla som önskas varierar i tid och rum och mellan individ och individ. Det finns mycket som påverkar valet av resmål exempelvis vänner, medier och resebroschyrer⁶⁷.

Många teorier om turistens beteende grundas i föreställningen om att en turist reser för att hon är intresserad av resmålet, söker omväxling i tillvaron. En turist besöker nya platser för att komma ifrån vardagen, som skapar mening och tillfredsställelse samt är unika och individuella till sin karaktär. En plats speglar den individuella livsformen, tidigare erfarenheter och kunskaper. Viktigast är att det på platsen finns en attraktion som attraherar och lockar som gör platsen intressant⁶⁸.

Det finns de som menar att det är myt och fantasi som är grunden för turistresande och skapande av attraktionen. Andra menar att det är attraktionen som är en form av grundstruktur i all turism, det vill säga att all turism är beroende av attraktioner. Det finns ett så kallat attraktionssystem som består av primärattraktioner, sekundärattraktioner och tertiärattraktioner. Primärattraktionen är så stark att turisten reser enbart dit för det som där erbjuds. Sekundärattraktioner kan spela in i valet av resmål men attraktionen har inte sådan

⁶⁶Aronsson. Lars, s. 29

⁶⁷ Blom Thomas & Nilsson Mats, *Symbolturism – Morbidturism – Mytturism, Turistiska produkter av vår tid.* s. 15

⁶⁸ Ibid. s. 16

dignitet att den ensam kan locka turister. Tertiärattraktioner är attraktioner som turisterna oftast inte känner till innan resan utan upptäcker då de är på resmålet⁶⁹.

Att ge en generell definition på begreppet attraktion är och vad som krävs för att det ska vara en attraktion är i både generella och individuella termer svårt. En definition ger MacCannell som menar att en attraktion är en relation mellan en markör till exempel resebyrå, annons eller skylt, en sevärdhet och en turist. I denna relation är markören bryggan mellan turisten och sevärdheten och platsen. Sevärdheten blir kärnan i det turisten söker och som kan utgöra del av en attraktion eller en fullständig attraktion⁷⁰.

Blom och Nilsson vill sammanföra begreppen markör och sevärdhet och beteckna sammanslagningen symbol. Symbolen är platsbunden och skapar attraktionen. De symboler människan på olika sätt möter skapar mentala effekter för upplevelsen och de förväntningar som innehas av plats och attraktion. Det finns förväntningar om vad resan och resmålet kan komma att innebära, förväntningar som grundas i exempelvis broschyrer från turistbyrå, berättelser från andra som varit där och annan information som på ett eller annat sätt inhämtats. Symbolerna relaterar ofta till en geografisk plats och skapar en identifikation⁷¹. Symbolen berättar om platsen och vad platsen förknippas med. Av denna anledning är det viktigt för turismproducenter att finna positiva symboler för platsen för att kunna locka turister. Lika viktigt är kännedomen om de negativa symbolerna, detta för att det som är negativt ska kunna bearbetas och vändas till positiva symboler⁷². Symboler har stor betydelse eftersom de skapar associationer som ger en stad eller en plats en identitet. Platsen ger mening och betydelse ur ett rumsligt perspektiv vid relation till upplevelser eller förväntningar om att få uppleva något⁷³.

2.3 Teori om upplevelseturism och upplevelsesamhället

Företagsekonomerna Joe Pines och James Gillmore berättar att företag idag inte i samma utsträckning som tidigare i första hand arbetar med att sälja produkter eller tjänster utan lägger istället mer energi på att skapa upplevelser som kan engagera kunden. Med detta tankesätt innebär det att kunden köper en upplevelse och betalar för tiden av njutning av ett antal minnesvärda händelser som ett företag producerar. Det handlar om ett aktivt deltagande av kunden⁷⁴. Ett exempel kan ges, det överpris en kund är beredd på att betala för en kaffe latte på ett ”inne” café för att få ta del av den upplevelse det innebär att vara i denna miljö.

Pine och Gillmore delar upp upplevelseekonomin i fyra dimensioner:

- Underhållning: Passiv upplevelse till exempel att gå på ishockeymatch eller teaterföreläsning.
- Utbildning: Upplevelse som går ut på att aktivt delta i en aktivitet av något slag.
- Verklighetsflykt: Deltagarna blir en del av upplevelsen, till exempel lasergame eller besök på casino.
- Estetik: En estetisk upplevelse, exempel kan vara museibesök eller besök på utställning⁷⁵.

⁶⁹Blom Thomas & Nilsson Mats . s. 16

⁷⁰ Ibid. s. 16

⁷¹ Ibid. s. 17

⁷² Ibid. s. 17

⁷³ Ibid. s. 19

⁷⁴ Wahlström Bengt, *Guide till upplevelsesamhället*, s. 25

⁷⁵ Ibid. s. 27

2.3.1 Upplevelseindustrin

Upplevelse är drivkraften och den gemensamma nämnaren. Industri innebär näring och möjlighet till mångfald och koppling till andra industrigrenar. Inom den traditionella upplevelseindustrin har elva delområden identifierats: musik, film, bild, foto, animation (konst), tv-radio, performing arts, industridesign, författarskap/publicering, mode/kläder, journalistik/tryckta medier, arkitektur, reklam⁷⁶. Den nya upplevelseindustrin karaktäriseras av: New performing arts, konst/nya medier, data/tv-spel, edutainment, utbildning, upplevelseturism inklusive mat, konsthantverk, natur, engagemang. Den traditionella och den nya upplevelseindustrin går på flera områden in i varandra. Fyra framtidsvisioner har tagits fram inom områdena: samhällsförändring, upplevelseekonomi, nya medier, teknik och affärsutveckling. Syftet med framtagandet av dessa visioner var att skapa en bild av hur den framtida tjänste- och varuproduktionen kan komma att se ut⁷⁷.

Sverige står inför ett antal utmaningar i denna snabba utveckling, där det tidigare etablerade mönstret är på väg att få lämna plats för nya beteenden. För företag kan denna utmaning till exempel vara att bryta med gammalt sektortänkande. Det är viktigt att öppna för nya kompetenser och intressen och i företagets affärsutveckling skapa nya kombinationer och satsningar. Det kommer i framtiden att behövas ett kreativt samarbete över branschgränserna och att gå ifrån det traditionella tankesättet för att kunna hävda sig i den framtida upplevelseindustrin⁷⁸. Konkurrensen mellan olika aktörer är idag hård och det finns en ständig kamp om kunden. Konsumenten söker mer eller mindre medvetet upplevelsefaktorn i varje produkt eller tjänst. Med denna bakgrund är det viktigt att i affärsutvecklingen då det blir allt mer viktigt för företaget att informera, roa, fångsla och attrahera⁷⁹.

Viktigt för företag att tänka på är att:

- produkten behöver särskiljande egenskaper för att göra sig gällande på marknaden, produkten måste skapa och attrahera mervärden.
- att gå ifrån massproduktion till skräddarsydda paket.
- att vara vaksam på förändringar, den ökade globaliseringen gör att konkurrensen och förändringar kommer ofta. Trender och nyheter sprids snabbare och mer ofta.⁸⁰

Det kommer att bli allt mer viktigt att satsa på upplevelseindustri och att hela tiden jobba med att förnya och utveckla den. Idag råder det stor brist på framåtblickande forskning inom upplevelseindustrin. En tvärvetenskaplig innovativ forskning behövs som försöker att tyda och analysera framtiden. Med en sådan forskning i kombination med andra studier om trender och tendenser formas en möjligheter till förberedelser inför framtiden. Upplevelseindustrin består idag av många ensam- och småföretagare av vilka många är entreprenörer som är i behov av stöd och utbildning⁸¹.

⁷⁶ www.kks.se/upload/publikationsfiler/blandade_upplevelser_1999_publ.pdf. s. 7

⁷⁷ Ibid. s. 8

⁷⁸ Ibid. s. 11

⁷⁹ Ibid. s. 12

⁸⁰ Ibid. s. 12

⁸¹ Ibid. s. 14

3. Intervjustudien

Empirikapitlet är indelat i två delar. Den första delen är en intervjustudie som presenterar de intervjuades idéer, tankar och åsikter om Kinda kanal, turism, upplevelser och samarbete. Intervjustudien avslutas med en kort sammanfattning. Den andra delen av empirin behandlar Kinda kanal som region, turism kring Kinda kanal och turism idag.

3.1 Intervjustudie

Fem personer med anknytning till Kinda kanal och/eller turism har intervjuats. Alla de intervjuade har fått svara på samma frågor. De frågor som ställts är desamma som uppsatsens inledande frågeställningar. Alla de personer som från början valts ut kunde inte eller ville inte ställa upp på intervju. Trots det anser jag att de som jag intervjuat har givit mig mycket intressanta och värdefulla svar. Jag anser också att jag fått en bra spridning på de intervjuade gällande titel och anknytning till Kinda kanal och turism.

De intervjuade är:

- Leif Eriksson, verksam vid Rimforsa strand, kurs och konferens, bedriver en turistinformation och arbetar med turistfrågor.
- Lars Lööv, Kanaldirektör, Kinda kanal AB, ledarmot i styrelsen för Kinda kanals vänner.
- Ann-Louise Söderö, Kinda turism, Turistbyrå.
- Viveca Nilsson, turistinformatör på Destination Norrköping.
- Margareth Wiklund, arbetslivserfarenhet av upplevelseproduktion och marknadsföring.

För att redovisa hur de intervjuade svarat på frågorna har jag valt att sammanställa deras svar under respektive fråga. Jag har valt att anonymisera de intervjuade då det inte är intressant vem som sagt vad utan vad de tillsammans sagt. Jag har valt att benämna de intervjuade tillfrågad och intervjuad. När det är en och samma intervjuad som fortsätter benämns denne informant.

1. Vilken potential för upplevelseturism finns kring Kinda kanal och hur kan den utvecklas?

Samtliga av de intervjuade sade att det kring Kinda kanal finns en hög potential för upplevelseturism. En av de tillfrågade berättar att det idag händer mycket i Kindabygden, att det finns många mindre aktörer som driver många olika former av näringar som får landsbygden att leva och att attrahera turister. Många av dessa aktörer "kör idag sina egna race" och det går bra för många av dem.

En annan av de tillfrågade menar att hög potential finns i form av kulturella och historiska sevärdheter och attraktioner bland annat slussarna, hantverk och den grävda delen av Kinda kanal med omnejd samt sjöarna. Informanten betonar kanalens mycket fördelaktiga och unika läge med närhet av Småland i söder och Linköping i norr. I närheten av den grävda delen av kanalen finns stor potential för uthyrning av boende i många av de vackra hus som byggdes av grosshandlare och förmögna Linköpingsbor omkring sekelskiftet. Stor potential för upplevelseturism har även de vackra slott som finns i anslutning till slussarna. Slotten har ett mycket intressant historiskt och kulturellt förflutet.

Samtliga av de intervjuade ansåg att det finns mycket att göra för att utveckla upplevelseturism kring Kinda kanal med omland och gav många förslag på hur. En av de intervjuade betonar vikten av samordning mellan ägare och ägarstruktur och vikten av att forma en gemensam policy. Viktigt tycker informanten även är att infrastrukturen bör byggas och rustas upp. Infrastruktur innebär enligt informanten boende, vandrings- och cykelleder, båtplatser där det är möjligt att rusta upp, ta upp och vinterförvara båten. Informanten betonar också vikten av tillgänglighet och berättar om milslånga sträckor som i dag är näst intill otillgängliga. Informanten fortsätter med att poängtera, att upplevelseturism skulle kunna utvecklas i samverkan med Göta kanal.

En annan tillfrågad anser att det är viktigt att koppla de närliggande attraktionerna och aktiviteterna till Kinda kanal och detta genom samordning, en samordning som idag är i behov av utveckling. Informanten lägger även stor tyngd på att lyfta fram Kinda kanal som varumärke och då också den nordligaste delen av kanalen som många idag nämner vid Stångån. Informanten fortsätter med; om man lyckas med att skapa ett starkt varumärke av Kinda kanal kan alla de samordnade och närliggande aktörerna dra nytta av dem samtidigt som kanalen omvänt drar nytta av dem för att de finns. Alltså att skapa ett så kallat win-win förhållande där samtliga deltagande parter drar nytta av varandra.

En annan av de intervjuade betonar vikten av att den nordligaste delen av Kinda kanal bör rustas upp. En upprustning framför allt av cykel- och promenadstråk så att större delen av det vattennära området blir tillgängligt. Informanten berättar vidare att det idag finns ett större utbud av boende och fiskeanläggningar som även de bör rustas upp för att attrahera potentiella besökare. Informanten efterlyser fler entreprenörer som vill och vågar satsa i området.

En av de tillfrågade menar att båttrafiken kan utvecklas och att utvecklingsfokus bör läggas på sjöarna, slussarna och landturism. En annan tillfrågad berättar om vikten av att lyfta fram slotten och att öka tillgängligheten. Ökar tillgängligheten, ökar intresset det historiskt kulturella unika. Genom att lyfta fram kultur och historia via litteraturtips och att på så sätt fånga upp människor och locka dem till att vilja veta mera. Informanten ser gärna att båtuthyrningen bör utvecklas och synliggöras.

2. Vilken typ av turistattraktioner finns idag och vad kan utvecklas?

Samtliga intervjuade ansåg att det fanns gott om turistattraktioner kring Kinda kanal med omnejd och att många av de befintliga attraktionerna kan utvecklas.

En av de intervjuade nämner en rad attraktioner som till exempel båtturism, passagerarbåtar, fiske, paddling och vintertid skridskoåkning. De attraktioner som bör utvecklas enligt informanten är framför allt båtturismen med cirka 10- 15 passagerarbåtar som exempelvis kan transportera människor till och från Västerby golfbana.

En annan av de tillfrågade anser att slussanläggningarna med dess omgivning kan göras till attraktioner, informanten menar att slussanläggningarna måste synliggöras för att attraktionsvärdet ska öka. Detta kan enligt informanten göras genom uppbyggnad och upprustning av boendeanläggningar, rast- och fikaplatser samt via båt och kanotuthyrning. Informanten efterlyser entreprenörer som vågar satsa och nämner att vildmarksupplevelser som attraktioner som måste förädlas. Något som kan göras genom samarbete. En annan

attraktion som informanten nämner är eklandskapet som sträcker sig över Brokind, Hovetorp, Hamra och Bjärka-Säby.

En av de intervjuade anser att attraktioner eller kulturella sevärdheter som informanten vill kalla dem finns rätt så jämt fördelade kring Kinda kanal. Informanten nämner bland annat fiske, jakt, kanalmuseum, slussarna och slotten. Informanten efterlyser ett ökat samarbete, upprustning och ökad tillgänglighet till slussarna. Ett förslag informanten ger är utbyggnad av cykelväg så att cykelpaket blir möjligt att skapa.

En av de tillfrågade lägger fokus på båtutrustning, informanten menar att det är mycket viktigt att dra nytta av Kinda kanal. Det finns mycket att starta upp och utveckla, det handlar bara om att våga dra i gång nya verksamheter till exempel någon form av bröllopspaket.

En annan av de intervjuade ser fisket som en stor attraktion och nämner att fiskenäringen de senaste åren fått mycket projekt pengar, speciellt kring sjön Åsunden viktigt är att komma överens med fiskevattenägarna som äger vattnet. Andra attraktioner som informanten nämner är kultur till exempel lokala förmågor och nämner två konstnärer, Karin Almöff och Pontus Ljungberg. Informanten nämner också Rimforsa, en äldre kulturbygd och Björkstrand.

3. Vilka upplevelseområden kan identifieras kring Kinda kanal?

De intervjuade hade olika förslag på identifiering av upplevelseområden.

En av de intervjuade talade om sjön Åsunden och de vackra slott som är belägna i kanalens närhet. En annan informant talar om en upplevelse som kan skapas kring ett tema exempelvis tema vildmark innehållande jakt, fiske och vandring. Ett annat tema kan vara tema kultur innehållande kvarnar, kyrkor och slott.

En annan tillfrågad är också inne på ett vildmarkstema innehållande exempelvis jakt och fiske kring sjön Åsunden. Informanten ser även slussarna med dess omgivningar viktiga i detta sammanhang.

En av de intervjuade ger ecoturism som förslag som kan skildra den gröna resan med den fina naturen och de unika landskapen. En annan av de intervjuade vill se hela sjösystemet Kinda kanal som ett och samma upplevelseområde som bjuder på många attraktioner, aktiviteter och upplevelser.

4. Hur kan samarbetet mellan redan etablerade aktörer kring Kinda kanal öka?

En av de tillfrågade betonar vikten av samarbete mellan berörda aktörer, mellan näringslivet och offentliga institutioner. En gemensam målbild är viktig, en gemensam kraft måste formars så att alla jobbar mot samma mål.

En av de intervjuade menar att samarbete och nätverksamhet redan finns men måste utvecklas och stabiliseras. Detta för att kunna låna idéer av varandra för att kunna skapa nya idéer eller att utveckla redan befintliga idéer. En av informanterna ser samarbete som en nyckel till utveckling, expansion och framgång. Möte mellan redan befintliga aktörer, detta för att kläcka nya idéer och att skapa stimulans. Informanten tillägger att kanalen är

lång och att de aktörer vilka är lokaliserade i kanalsystemets södra del inte har så stor insikt i vad aktörerna i den nordligare delen av kanalen gör. Vid samordning kan samarbete öka och fler paketresor anordnas. En annan av de intervjuade har liknande tankar som den tidigare informanten gällande samarbete. Informanten föreslår att ta hjälp av lokala marknadsföringskanaler.

En av de tillfrågade tycker liksom de andra intervjuade att det är viktigt med samarbete och anordnade träffar men att det är svårt att få med alla lokala aktörer. Kommunerna måste också vara intresserade av att samarbeta och tillsammans skapa en gemensam målbild. Viktigt i detta sammanhang är också att arbeta in begreppet och varumärket Kinda kanal. Ett exempel som informanten tar upp är att exempelvis påverka mäklare som i sina annonser skriver om sina försäljningsobjekt i närheten eller intill Stångån. Om man bara kunde få mäklarna att använda sig av Kinda kanal som ett varumärke och i stället skriva i närheten av Kinda kanal. Ett samarbete och gemensam målbild är mycket betydelsefullt på alla plan. Kommunernas stöd måste bli bättre, idag finns det inte skyltar till alla avtagsvägarna som leder till Kinda kanal vilket är en förutsättning för många att hitta dit.

3.1.1 Sammanfattning av intervjustudien

Det finns hög potential för upplevelseturism vid Kinda kanal med omland. Det finns många mindre företag som satsar på upplevelseturism. Det finns många attraktioner och sevärdheter bland annat landskapet kring slussarna, den grävda delen av kanalen och de vackra slotten. Det finns också mycket att göra för att utveckla upplevelseturismen exempelvis förbättra infrastrukturen, samordning mellan ägare och ägarstruktur, formandet av gemensamma mål, rusta upp båtplatser, bygga cykelleder, öka tillgänglighet. Lyfta fram Kinda kanal som ett varumärke och rusta upp redan existerande anläggningar är också viktigt i detta sammanhang. Fokus bör läggas på sjöarna, slussarna och landturismen.

Det finns enligt de intervjuade gott om turistattraktioner kring Kinda kanal men flertalet av dem bör utvecklas. Exempel på attraktioner är båtturism, passagerarbåtar, slussanläggningarna, boendeanläggningar, rast- och fikaplatser, jakt, fiske och kanalmuseum samt slotten. Genomgående gav de intervjuade uttryck om att näst intill samtliga anläggningarna bör rustas upp.

Upplevelseområden som de intervjuade identifierade kring Kinda kanal var sjöarna, slussarna, vildmarken och slotten eller hela kanalsystemet som helhet. Samarbete ansåg samtliga intervjuade var viktigt i alla sammanhang och sågs som en central faktor. Samordning, att bilda eller utveckla nätverk, vikten av att samtliga aktörer träffas och samordnar. En gemensam målbild nämns av de intervjuade, för att en sådan ska kunna skapas är det viktigt med samarbete och samordning.

3.2 Kinda kanal idag

3.2.1 Kinda kanal som regionalt upplevelseområde

Kinda kanal lokaliseras till den nordöstra delen av Sydsvenska höglandets randområde. En kortare sträcka av kanalen, sträckan mellan Linköping och Roxen, kommer kanalen i kontakt med östgötaslätten. Linköping är kanalens huvudort och kanalen förbinds här med sjön Roxen och Göta kanal. Landskapet är kuperat och nivåkillnaderna stora, trots detta är Stångåns djupa och breda dal bra som kanal- och båtled. Stångådalen är en större

vattenfylld sprick- och förkastningszon. Det kringliggande området lämpar sig bra för jordbruk då jordarterna är av lera och morän. I de bördiga områdena intill kanalen är större herrgårdar och slott belägna. Den största delen av kanalen lokaliseras till Linköpings omland och de flesta av båtledens angränsade kommuner har en god kommunikation. Järnväg och landsväg bidrar också till den goda kommunikationen⁸². Kinda kanal är mycket vacker och har ansetts som en av Sveriges vackraste kanaler. Kanalen är 89.5 kilometer lång från Nykvarn i norr till Horn i söder. Sträckan på 3.4 kilometer mellan Tannefors och Nykvarn samt sträckan från Nykvarn till Roxen ingår inte i kanalen. Den grävda delen av kanalen uppgår endast till 6 kilometer då denna sträcka förbinder sjöarna Ärlången, Stora Rängen, Järnlunden och Åsunden. Kinda kanal har 15 stora slussar med en bredd på 4.82 meter, en längd från 29.1 meter och ett djup på minst 1.5 meter⁸³.

3.2.2 Turism kring Kinda kanal idag

Kinda kanal trafikeras idag av två rederier vilka är Kinda båttrafik KB som ger båtturer på kanalen med M/S Prins Gustav som tar upp till 50 resenärer. Samma företag har även en flotte till uthyrning och anordnar båtutflykter för bröllop och andra festligheter. Det andra rederiet är något större, Rederi AB Kind och bedriver kryssningsverksamhet i norra och södra Vättern och i Kinda kanal. Rederiet bedriver både reguljär- och charterverksamhet. Det finns goda badmöjligheter i de sjöar som kanalen sammanbinder. Jakt och fiske är en bred aktivitet, fisket koncentreras till sjöarna. Fisket är en aktivitet som är stor både sommar och vinter. De fiskrika sjöarna bjuder bland annat på gädda, abborre, mört, braxen, suarte, sik och gös. Regionen kring Kinda kanal bjuder även på andra turistaktiviteter som till exempel golf, kanot, ridning, guide turer men i en begränsad utsträckning. Regionen bjuder också på ett antal mindre kulturella sevärdheter exempelvis krukmakeri, snickeri, konstsmedja och emigrantmuseum. Kulturhistoriska sevärdheter och museer finns det ett mediokert antal av kring kanalen bestående av hembyggsdsmuseum och slott. Det finns även rätt så goda möjligheter till boende och mat⁸⁴.



Figur 3. Bjärka-Säby slott⁸⁵

⁸² Hägglund John, *Kinda kanals historia*. s. 82

⁸³ Ibid. s. 83

⁸⁴ www.ostergotland.info 051205

⁸⁵ www.visit.se/~wist-hembygdsf/wist-hembygdsf/slott-torp/bjarka-saby/bjarka-saby-slott.htm 060112



Figur 4. Slusstrappa vid Hovetorp slussar⁸⁶

3.2.3 Turism idag

I det västerländska samhället som vi idag lever i tillhör resandet för många vardagen. Människan är en nyfiken varelse som gärna vill ta reda på vad som döljer sig bakom nästa hörn. Turism och migration karaktäriserar det globaliserade samhället vi lever i idag. En väl utvecklad teknologi och infrastruktur gör det möjligt och lättare att uppleva nya kulturer och besöka nya platser på ett sätt som tidigare inte var möjligt. Turism är idag en av världens största näringar och ekonomiskt mycket viktigt för en del länders ekonomier. Turistnäringen är fortfarande en expansiv näring⁸⁷.

⁸⁶ <http://www.bigell.de/Hausboot/Schweden/kindakanal.htm> 2006-01-10

⁸⁷ Blom Thomas & Nilson Mats, *Turismens historia och utveckling*, 2005. s. 8

4. Diskussion och analys

I detta kapitel kommer teori och empiri att diskuteras och analyseras för att försöka ge svar på det inledande syftet och frågeställningarna.

4.1 Kinda kanal i förändring

Kinda kanals syfte och användning har varit i ständig förändring. Från att ha fungerat som en samfärds- och kommunikationsled till vad kanalen är i dag, en idyll, ett unikt landskap som attraherar många besökare och turister. Jag ser det som mycket intressant att historiskt belysa Kinda kanal från att bara ha varit en idé till dess färdigställande. Som jag inledningsvis nämner i det historiska bakgrundsavsnittet kan Kinda kanals historia verka omfattande och brokig, vid närmare eftertanke förefaller det vara ett naturligt förlopp. Ett antal initiativtagare med visioner om framtida användning som kämpar för att få sina planer ställda i kraft. Historien speglar på många sätt framtiden. Idag pågår en liknande kamp men med ett annat syfte och med andra mål. Syftet är att göra Kinda kanal med omland mer attraktivt för turister och besökare genom att skapa attraktiva upplevelser. En av initiativtagarna och visionärerna är i dag Lars Lööv som kämpar för kanalens framtid. Lööv vill att fler ska hitta till Kinda kanal och besöka det fina omgivande historiskt kulturella landskapet och beröras av dess unicitet. Att locka fler turister och besökare till området kan även vara ett sätt att sprida kunskap om Kinda kanals historia och kultur samt få den att leva vidare. Detta är också ett sätt att bevara kanalen på plats och i turistens sinne. Att färdigställa kanalen blev kostsamt och tog lång tid, något som jag ser som oundvikligt med alla de processer som bygget kom att gå igenom. Nu när regionen kring Kinda kanal står inför förändring behövs tålmod, idégivare, visionärer, initiativtagare och finansiärer för att denna utveckling ska kunna ta vid. För att en förändring ska bli lyckosam är det viktigt att samtliga berörda parter samarbetar och att samförstånd råder.

Kanalen har sedan år 1861 varit öppen för trafik och år 1871 öppnades kanalen även mot Sjön Roxen norr om Linköping. Baltzar von Palten, grundare av Göta kanal, menade i en tidig skrivelse att han trodde att Kinda kanal skulle kunna dra nytta av Göta kanal då kanalleden färdigställts. I vilken dignitet Kinda kanal dragit nytta av Göta kanal kommer inte här att behandlas. Ur en hypotetisk synvinkel borde trafiken på Kinda kanal ha ökat då Göta kanal blivit färdigställd och börjat trafikeras. Det som i många fall begränsar en fortsatt resa på Kinda kanal är de fasta broar som finns på 3,09 meters höjd. Detta då många båtar som färdas på Göta kanal inte utan besvär kan fortsätta söder över på Kinda kanal. Syftet med att skapa upplevelser kring Kinda kanal är idag inte beroende av båttrafiken, men även denna trafik har betydelse. Syftet är att skapa upplevelser kring eller med hjälp av de attraktioner och symboler som redan finns eller som det finns efterfrågan på att skapa.

4.1.1 Tillgänglighet och infrastruktur

Att göra området kring Kinda kanal, sjöarna och själva kanalen mer tillgängligt är en central punkt i utvecklings- och förändringsarbetet. Tillgänglighet är centralt i den bemärkelsen att det ska vara lätt att hitta och ta sig till området och att förflytta sig mellan olika attraktioner och upplevelser som finns att tillgå. Att en plats eller en attraktion är tillgänglig är en förutsättning för turism. I detta sammanhang är det viktigt att se till

regionens infrastruktur. Infrastruktur har stor betydelse för en regions möjlighet till förändring och utveckling. Att utökad infrastruktur har betydelse för en regions utveckling finns det historiska bevis för, exempelvis i relation till turismhistoria. Då det blev populärt bland turister att turista i skärgården och allt fler turister ville resa dit utökades både infrastruktur och kommunikationsnät. Flera av de intervjuade uttryckte att utökad tillgänglighet och utbyggnad av infrastrukturen var nödvändigt. Jag tror som jag i teorikapitlet nämnde att ett väl utvecklat infrastrukturensystem kan attrahera och stimulera nya företag i regionen kring Kinda kanal. Det är viktigt att planera utbyggnad och upprustning av infrastruktur väl då den kommer att finnas under lång tid framöver. Det är av denna anledning lönsamt att satsa på en väl planerad infrastruktur då den kan ses som en kollektiv nytta som alla får ta del av och utnyttja till exempel turister, näringsidkare och för de som pendlar, den vardagliga förflyttningen. Ett väl utvecklat infrastrukturensystem kan användas för transport av varor och tjänster och i detta sammanhang turister och andra besökare som vill njuta av attraktioner och upplevelser. Under intervjustudien berättade de tillfrågade att infrastrukturnätet bör byggas ut och rustas upp till exempel med cykelvägar så att cykelpaket kan anordnas samt att det finns långa sträckor och stora områden som är otillgängliga på grund av att infrastrukturensystemet inte är komplett.

Utbyggnad och infrastruktur är kostsamt och av denna anledning är det viktigt att få med de kommuner som berörs. Samarbete och samordning mellan regionens näringsidkare och kommunen samt kommunerna emellan är nödvändigt. Som de intervjuade uttryckte behövs också engagemang och vilja från kommunerna. Till en början på en så grundläggande nivå att det sätts upp vägs skyltar till avtagsvägar till Kinda kanal så att det bli möjligt för turister och besökare att hitta dit.

4.1.2 Kommunikation och tillgänglighet

En stark kommunikation är mycket viktigt, dels de olika näringarna emellan och dels den kommunikation som riktas mot besökare och turister och som de framtida besökarna tar del av. Med detta menar jag att Kinda kanal med omland inte bara ska vara tillgängligt fysiskt utan också teoretiskt. Det ska vara möjligt för turisten att ta del av det framtida upplevelseområdet teoretiskt och på så sätt skapa en mental bild över området för att sedan vilja resa dit för att låta sig attraheras och uppleva. För att detta ska bli möjligt måste det finnas tillgänglig information att inhämta. Det finns en hel del information om Kinda kanal med omland men den är relativt utspridd. En lösning på detta vore att skapa en webbplats som på ett historiskt och kulturellt sätt illustrerar Kinda kanal med omland. En webbplats med historiska kartor som berättar om regionens historia och aktuella kartor som visar hur det ser ut idag. På en sådan hemsida kan exempelvis litteraturtips om kanalen finnas och en kartläggning av symboler attraktioner och upplevelser. Webbplatsen kan byggas på i det oändliga. Syftet med en sådan webbplats är att dess besökare ska bli intresserade och vilja besöka kanalleden⁸⁸.

4.2 Ökat engagemang och målbild

Så som förstudien berättar och som även nämns i intervjustudien består stor del av de verksamheter som finns i regionen av många små företag som kör sina egna race. Detta är något som också ses som karaktäristiskt för upplevelseindustrin. Många av dessa företag går det mycket bra för och de är fullbokade stor del av säsongen. De flesta av dessa företag

⁸⁸ Webbplats under utveckling, Elin Heinemark-

tycks vara nöjda med verksamheten. För att utveckla och öka upplevelsepotentialen för Kinda kanal med omland är det en förutsättning att dessa småföretag engageras och stimuleras till att vilja och kanske orka ta ett större steg mot samarbete och samordning. Ett engagemang som handlar om att lyfta synen från den egna verksamheten till andra verksamheter för att utvecklas och att på längre sikt kunna dra nytta av det. En av de intervjuade nämnde i intervjustudien att samarbete förekommer, i viss grad, men att detta samarbete måste stabiliseras. Samarbete som jag ser det föder engagemang. Jag tror att det kan vara svårt att få med samtliga aktörer till samarbete, i alla fall till en början. Initiativtagare till samarbete måste arbeta efter preferenserna att försöka få med så många som möjligt för att sedan arbeta för och hoppas på att allt fler ansluter till samarbetet. Det är den samlade truppen av engagerade aktörer som tillsammans ska skapa en målbild, en plattform. Vilja och engagemang måste växa fram underifrån. Att tilldela en vision och ett mål till dem som ska skapa det tror jag inte fungerar. Det är i detta stadium initiativtagare och visionärer måste lyssna och sprida sina tankar mycket finkänsligt. Detta för att så många som möjligt ska ta till sig det som sägs och skapa målet.

4.2.1 Samarbete och samordning

Genomgående i intervjustudien lägger de intervjuade tyngd på samarbete och samordning. Samarbete och samordning ser jag som mycket viktigt men det kan vara svårt att nå dit, vägen kan vara lång och full av fallgropar. Genom samarbete och samordning kan en gemensam målbild skapas. Att skapa en sådan bild är mycket viktigt för att det ska bli möjligt för de befintliga aktörerna att skapa en gemensam plattform att stå på och att utgå ifrån i sitt samarbete och framtida arbete. För att ett samarbete ska komma till stånd är det viktigt att alla näringsidkare träffas för att lära känna varandra och varandras verksamheter och att byta erfarenheter och idéer, kunskap samt att stimulera och engagera varandra. I detta sammanhang är det viktigt att träffas regelbundet, flera gånger för att forma förslag och sedan beslut om mot vilket mål som arbetet ska riktas. Regelbundna träffar är nödvändigt också för att följa upp beslut och för att stötta varandra.

Samordning är viktigt, att undersöka och kartlägga de befintliga näringarna för att analysera hur de kan samarbeta och för att skapa en bild över vad som behövs för att attrahera besökare och turister. I denna analys är det viktigt att försöka se det hela ur turistens perspektiv, det segment som förväntas besöka platsen. Genom att göra det tror jag att det blir möjligt att skapa mål. Detta är en process som jag tror måste omprövas och följas upp då och då. Samarbete mellan näringsidkare på plats och angränsande kommuner är viktigt för att förändring ska komma till stånd. Globaliseringen är en stark påverkansfaktor då trender och mode ändras och sprids snabbt i takt med att nya upplevelser skapas. Företagens utbud och turistens efterfrågan är i ständig förändring. Något som absolut inte behöver vara negativt, viktigt är att följa upp vad som händer även utanför regionen.

4.3 Modeller för turistresor kring Kinda kanal

För att det ska vara möjligt att reda ut hur turistattraktioner och upplevelseturism kan utvecklas är det viktigt att ta del av modeller som illustrerar olika typer av turistresande. De modeller som illustreras i teorikapitlet kan enligt författarna Blom och Aronsson bland annat appliceras på charterresor. Jag anser att modellerna kan appliceras på Kinda kanal med omland. Utifrån detta kan förståelse skapas kring turistresande och vidare användas för att utveckla upplevelseturism och till att förändra området till ett upplevelseområde.

Jag väljer att gå igenom modellerna i samma ordning som de nämns i teorikapitlet. Då jag inte känner till alla boendeformer, attraktioner, aktiviteter, upplevelser och andra turistrelaterade näringar skriver jag detta i hypotetisk form för att visa på hur dessa modeller kan användas.

Den första modellen beskriver en turist som anlänt till ett vandrarhem i Sturefors där turisterna kommer att bo i några dagar. Under vistelsen väljer turisterna att besöka olika utflyktsplatser som innehåller upplevelser och/eller olika attraktioner. Turisterna åker tillbaka till vandrarhemmet mellan de olika besöken.

Den andra modellen beskriver en turist som åker till ett hotell i Rimforsa för att sedan åka på en vildmarksupplevelse som bjuder på jakt, fiske och överlevnadskurs. Detta vildmarkspaket kan ges i olika former, i en kortare form över en dag eller i längre form med övernattningsnatt.

I den tredje modellen är hemmet utgångspunkt och beskriver kortare dagstrippturer till exempel till slussarna i Hovetorp och Hamra för att äta, fika eller grilla korv. Till Sturefors slott för att beskåda slottet och dess omgivningar. Till någon av sjöarna i kanalsystemet för att fiska, bada eller kanske paddla kanot. En dagstripp på kanalen med ett av de två rederierna.

Den fjärde modellen visar en turist som reser längs med kanalsystemet. I detta fall kan hela kanalsystemet ses som ett upplevelseområde. Under resans gång besöker turisterna olika upplevelser och attraktioner som upplevelseområdet bjuder på.

En femte modell, utgår från hemmet och kan till exempel vara att cykla Åsunden runt på cykelleden. Eller att bada eller fiska i Åsunden.

Den tidsgeografiska modellen tar även tid i beaktelse och beskriver mer detaljerat hur en resa kan gestaltas i tid och rum. Turisterna åker från Norrköping med mål att besöka en huvudattraktion, en kursgård utanför Rimforsa, där turisterna ska gå en endagskurs i akvarellmålning. I denna kurs ingår en övernattningsnatt på kursgården. På väg till kursgården stannar turisterna vid Café Tannefors slussar i Linköping för att ta en fikapaus och njuta av den vackra miljön och de unika slussarna. Efter denna paus tankar turisterna bilen för att sedan fara till kursgården. Efter att ha tillbringat en övernattningsnatt på kursgården reser turisterna hem igen. Turisterna väljer att stanna i Linköping för att shoppa och i samband med detta stopp tar turisterna en paus för att sedan resa hem till Norrköping.

I detta sammanhang ser jag det viktigt att belysa det attraktionssystem som nämndes i teorikapitlet. Primärattraktioner, sekundärattraktioner och tertiärattraktioner ett attraktionssystem som finns med i alla dessa modeller. Attraktioner, symboler och upplevelser är förutsättningar till att en plats eller ett område besöks och för att dessa modeller ska vara möjliga att applicera, det måste finnas något som lockar besökare och turister.

4.3.1 Attraktioner, symboler och upplevelser

Platsen och dess betydelse är mycket viktig att analysera då det handlar om turistverksamheter. Det är en individs behov att resa någonstans, att komma ifrån

vardagen, något som blir möjligt genom att besöka nya platser som tillfredsställer och som har en mening. Av denna anledning är platsens unicitet central. På platsen måste det finnas något som påverkar turisten positivt i form av attraktion, symbol eller upplevelse. De intervjuade svarade att det fanns ett stort antal attraktioner kring Kinda kanal med omland men att attraktionerna var i behov av förnyelse och upprustning. Attraktioner som de intervjuade nämnde var i form av aktivitet och objekt. Det är mycket bra att samtliga av de intervjuade var eniga om detta dels då det gäller den påtryckande globaliseringen som ständigt föder nya trender och påverkar individers beteenden och dels då det handlar om den skadliga verkan negativa symboler kan ha. Under observationen besöktes några av Kinda kanals slussar, slussarna var i olika skick. Planer på upprustning fanns och vid några slussanläggningar hade upprustning redan tagit fart⁸⁹. Jag tycker att detta är ett mycket viktigt steg till ett mer attraktivt upplevelseområde, speciellt i beaktelse av negativa och positiva symboler. En dåligt underhållen attraktion, i detta fall en slussanläggning kan liknas vid en negativ symbol. Denna negativa symbol måste vändas till en positiv symbol, detta genom upprustning och förnyelse. Det är en plats symboler som skapar dess identitet. Mycket positivt i denna fråga är att de intervjuade visar medvetenhet om hur läget är och att de vet att något måste göras. Nästa steg i processen blir då att reda ut vad som ska göras, enas om det och finna form av finansiering. De intervjuade gav flera förslag på upplevelser, samma sak gäller för upplevelser som för attraktioner då det handlar om att göra dem attraktiva.

Jag tror att det är ett mycket långsiktigt och tidskrävande arbete att rusta upp attraktioner, symboler och upplevelser. Det handlar inte bara om att just rusta upp och reparera utan om att samtliga attraktioner, symboler och upplevelser ska spegla de framtida turistsegmenten samt tydligt vara knutna till platsen och det historiskt kulturella unika. Detta kan verka komplicerat och det är det också. För att lyckas med detta tror jag att systematiska och återkommande marknadsundersökningar är mycket viktiga. Viktigt är också att ta del av hur andra liknande upplevelseområden har arbetat med denna fråga, detta för att ta reda på vad som gjort dessa unika och attraktiva. Allt detta tillsammans för att forma Kinda kanals egna och unika upplevelseidé.

4.3.2. Kinda kanal som varumärke

Under intervjustudien nämndes vikten av att styrka Kinda kanal som varumärke och visionen om att skapa ett så kallat win-win förhållande. Jag ser Kinda kanal som ett varumärke och jag håller fullständigt med de intervjuade om att varumärket måste styrkas och spridas. Problemet är som de också nämnde att denna idé inte backas upp av alla och att mer samordning och samarbete behövs. Viktigt i denna diskussion är också att, som jag ovan var inne på, att vända negativa symboler mot positiva. Detta för att det är de attraktioner, symboler och upplevelser som finns på plats intill Kinda kanal som också ska bära upp och stötta varumärket. Viktigt är att harmoni råder mellan varumärket och de som representerar det. I detta sammanhang är det viktigt att fundera över om ”alla” vill stärka detta varumärke. Vill ”alla” förknippas med Kinda kanal? Är ”alla” beredda på att styrka detta varumärke? Jag anser att detta är mycket viktiga frågor att ta hänsyn till. Om det är så att idén om att styrka varumärket inte godtas av alla som förväntas att göra det måste andra lösningar arbetas fram. Åter igen tror jag att det är viktigt att samtliga aktörer träffas för att delta i diskussionen om framtiden.

⁸⁹ Observation, Kinda kanal med omland, med Lars Lööv. 20051129

4.4 Upplevelseområden, upplevelseturism och framtida potential

En av slutsatserna från förstudien var att mer energi borde läggas på upplevelseturism, antingen kring en plats eller kring ett tema. Samtliga tillfrågade i intervjustudien anser att Kinda kanal med omnejd har hög potential för upplevelseturism. Vad som kan identifieras som upplevelse kring Kinda kanal var några överens om medan andra betonade andra saker. Kinda kanal är 89.5 kilometer lång, en sträcka som det lätt och snabbt går att förflytta sig på. Jag håller med den tillfrågade som i detta fall ser hela kanalsystemet som ett upplevelseområde. Ett upplevelseområde som bjuder på flera upplevelser av olika slag. Upplevelser som bygger på det unika för platsen och dess attraktioner.

Bland intervjuerna betonades även andra förslag på upplevelseområden, till exempel tema vildmark innehållande jakt och fiske och tema kultur innehållande kvarnar, kyrkor och slott. Upplevelser kring tema tycker jag verkar vara mycket intressant då turisten får ta del av många olika attraktioner eller verksamheter och på så sätt uppleva något utöver det som förväntats, exempelvis tertiärattraktioner. Upplevelser kring ett tema innebär ett informellt samarbete mellan olika näringsidkare och ett arbete mot gemensamt mål. En upplevelse som nämndes i intervjustudien som kan placeras under plats och tema är sjön Åsunden. Kring sjön Åsunden kan ett tema till exempel vara som tidigare nämnt vildmarksturism eller kanske tema friluftsliv eller varför inte tema sport med kanot, cykel och äventyr som nyckelord. Exempel på upplevelse kring plats är slotten, sjöarna, slussarna och eklandskapet. Ett exempel kan vara att uppleva slottsmiljön. I denna diskussion är det viktigt att betona skillnaden mellan upplevelse och attraktion, ett slott kan vara både en upplevelse och en attraktion. Jag vill skilja på dessa, upplevelser består av ett paket av attraktioner och attraktioner kan vara en enda sak till exempel en staty eller en byggnad. Jag tycker att det skulle vara intressant att undersöka vilka upplevelser och attraktioner som regionens näringsidkare anser fokus bör läggas på. Detta då jag anser att det är så som jag ovan nämnde att det är de som driver de olika näringarna som ska pussla ihop attraktioner och upplevelser. Visionärer och initiativtagare kan vara till hjälp vid brainstorming och formandet av idéer.

4.4.1 Upplevelseindustri och turismhistoria

Trots att begreppet turist är nära 200 år gammalt är det intressant att se att turister idag väljer att turista av näst intill samma anledning som en turist valde då. Förändringen i turistens resa beror på utbud och efterfrågan, alltså vilken form av turism turisten kan erbjudas och vad turisten efterfrågar. Det är bland annat de individuella önskemålen, påverkan av vänner, böcker och resebroschyrer som påverkar turistens resande samt individens socioekonomiska förhållanden. Dessa faktorer är näst intill desamma idag som på 1800-talet. En anledning som jag ser det och som även nämns i teori och empiri är att turisten turistar för att komma bort från den vardagliga miljön, att upptäcka något annat, att uppleva något annorlunda. Vid en återblick på turismens historia tycker jag att det är tydligt att turisten söker upplevelser, attraktioner och symboler. Turismen är föränderlig och ändrar ofta karaktär, detta på grund av människors interagerande med varandra och samhället vilket leder till att nytt mode och nya trender sprids. Detta som vi i dag säger beror på globaliseringen.

I teorikapitlet nämns upplevelse som en relativt ny form av industri och att det för Sveriges del innebär nytänkande och ett nytt sätt att arbetat på. Vid en återblick på turismens svenska historia ser jag vissa drag som visar på att upplevelseturism inte är ett helt nytt

fenomen. Ett exempel är att det länge varit populärt bland turister att utforska, aktivera sig, inhämta kunskap och utforska nya landskap och miljöer. Innebörden av begreppet kan på så sätt sägas ha funnits länge, men själva begreppet är relativt nytt.

Upplevelseindustri är ett begrepp som har ändrat karaktär och som idag begreppet upplevelseturism finns under. Jag ser detta begrepp som ett nytt sätt för företag och olika organisationer att arbeta på, att skapa upplevelser. Jag tror på denna idé men jag är samtidigt lite skeptisk. Det får inte gå för långt med planering och skapande av upplevelser, det får inte gå så långt att det kan liknas vid svenska förskolgårdar där förskolbarnens lekar och aktiviteter i förväg bestämts i dess planering och struktur. Jag tror på en upplevelseturism där turisten aktiveras, där turisten själv kan välja vad denne vill uppleva. Skräddarsydda paket kan fungera mycket bra men de får inte begränsa turistens upplevelser. Turisten måste själv få möjlighet till att skapa upplevelser och minnen att minnas. Turismens historia visar på turistens självständighet, nyfikenhet och viljan av att utforska. Viktigt i detta sammanhang är att se turisten som en individ som själv kan välja huruvida denne vill resa i grupp likt massturism eller enskilt. Jag tror att historien kommer att spegla framtiden.

4.5 Förutsättningar för turism kring Kinda kanal

Jag anser att Kinda kanal med omland har de grundläggande förutsättningar för turism som krävs, med måste utvecklas. Det finns många attraktioner så som slott, slussar, kanalen och sjöar som kan attrahera en mängd turistsegment. Området är delvis tillgängligt och bör enligt de intervjuade rustas upp och byggas ut. Det finns olika boendeformer och matställen, men enligt förstudien är de ojämnt fördelade och det måste ses över. Det finns människor som har tid och vill besöka området det visar förstudien och intervjuerna på och att det går bra för de många näringar som etablerat i området.

Jag tror att förutsättningarna för turism kommer att bli allt bättre i framtiden, om samarbete kring attraktioner, symboler, upplevelser, tillgänglighet och varumärke kommer till skott. Jag tror att det är viktigt att låta denna utveckling ta sin tid, att stressa till en förändring tror jag inte på. Av denna anledning tror jag att det är bra att det finns initiativtagare som kämpar och kämpar för att få gehör för sina idéer och att det samtidigt finns de som bromsar.

5. Slutsats

Kinda kanal med omland är en region i förändring. Det pågår nu en kamp om kanalens framtid som dels handlar om att bevara det historiskt kulturella unika för regionen och dels om att locka turister för att låta dem attraheras och uppleva. För att en positiv förändring och utveckling ska bli möjlig är det viktigt att kommuner, initiativtagare, och näringsidkare tillsammans formulerar ett gemensamt mål, en plattform att utgå ifrån. Detta för att sedan tillsammans genom samarbete och samordning arbeta mot målet. Turism förekommer i dag inom området men kan utvecklas mer.

Upplevelseindustri och upplevelseturism är en växande industri som innebär nytänkande och nyskapande för de inblandade aktörerna. Samtliga tillfrågade i intervjustudien anser att Kinda kanal med omnejd har hög potential för upplevelseturism. De ansåg också att upplevelser och attraktioner måste rustas upp och utvecklas. Något som jag anser vara ett steg i rätt riktning. Då det är en plats symboler som skapar dess identitet är det viktigt att vända eventuella negativa symboler till positiva. Upprustning och utveckling måste ske med beaktelse av framtida turism och regionens näringsidkare.

Både gällande upplevelser och attraktioner är tillgänglighet och infrastrukturens uppbyggnad viktig. Ett väl utbyggt infrastrukturnät är viktigt för regionens framtida utveckling. Idag är regionen kring Kinda kanal inte fullt tillgänglig, något som måste utvecklas. I denna fråga är även samarbete och samordning viktigt.

Kring Kinda kanal finns många turistattraktioner av olika karaktär och dignitet till exempel slott, sjöar, kanalen och den vackra naturen. Upplevelseområden kan identifieras kring plats och teman till exempel kring sjön Åsunden eller vildmarksturism. Modeller för turistresor kan användas vid identifiering av upplevelseområden.

Samarbete och samordning är mycket viktigt och en förutsättning för Kinda kanals framtid som upplevelseområde. Kommuner och näringsidkare, alla som på ett eller annat sätt är viktiga i ett samarbete borde delta. Viktigt är att träffas regelbundet och att lära känna varandra. Samarbete föder ökat engagemang vilket kan vara förutsättning vid skapande av mål. Det är den samlade truppen av samarbetande aktörer som ska forma målet utifrån vad som kan tänkas attrahera framtida besökare och turister. För att forma detta mål är det viktigt att se över olika modeller för turism, för att analysera vilka upplevelser som energi ska läggas på.

5.1 Verktyg för framtida utveckling

För att Kinda kanal med omland ska bli mer attraktivt och få karaktär av ett upplevelseområde anser jag att det är viktigt att beakta följande punkter.

- Att göra en grundlig kartläggning av symboler, attraktioner och upplevelser. För att sedan bedöma deras status och sedan avgöra huruvida upprustning, utveckling och utbyggnad ska ske. För att göra detta med bästa resultat är det viktigt att försöka se det ur besökarens synvinkel.

- Att öka tillgängligheten till de olika symbolerna, attraktionerna och upplevelserna, så att besökare lättare kan färdas dit. Detta kan göras genom att kartlägga och studera det redan existerande infrastrukturnätet för att sedan reda ut vad som ska rustas upp och byggas ut.
- Att använda modeller över turistresande för att kartlägga hur turister teoretiskt reser och utifrån dessa kartlägga symbolers, attraktioners och upplevelser förhållanden till varandra. Det resultat som ges är mycket viktigt att utgå från i arbetet med att skapa ett upplevelseområde.
- Att göra marknadsundersökningar, att intervjua turister på besök och näringsidkare som driver turistnäringar i regionen samt konsulter som arbetar med marknadsföring och turistrelaterade frågor. Detta för att ta reda på vad som efterfrågas av turisterna, vad som erbjuds av näringsidkarna, vad som saknas och hur resultaten ska bearbetas för att få en framtida hållbar utveckling.

Resultatet av de punkter som ovan nämnts ska analyseras tillsammans, det resultat som erhålls tror jag är mycket viktigt att använda som utgångspunkt vid skapande av en gemensam målbild och plattform. Jag anser att undersökningar som ovan måste vara aktuella och av denna anledning är det viktigt att göra om dem med jämna mellanrum.

- Samarbete, samordning och engagemang är tre mycket viktiga faktorer och samtliga måste styrkas och utvecklas. Viktigt är att både näringslivet och offentliga institutioner deltar i detta samarbete.
- Att marknadsföra Kinda kanal med omland så att turister lockas dit. Detta kan göras exempelvis genom att styrka Kinda kanal som varumärke och på så sätt tydliggöra regionen. Lokala marknadsföringskanaler kan bland annat användas till det.
- Att styrka varumärket Kinda kanal, att göra varumärket känt och på sätt locka fler besökare och turister.
- Att utveckla en tilltalande och intressant webbsida om Kinda kanal som behandlar Kinda kanal med omland ur ett historiskt och kulturellt perspektiv.

6. Avslutning

Jag anser att jag lyckats med att svara på det angivna syftet och de angivna frågeställningarna. Den metod som används har varit den rätta för insamling av material och analys av det insamlade materialet. Jag tycker att det har varit svårt att finna bra litteratur om Kinda kanal, något som tyvärr kan få litteraturstudien verka tun. Anledning till detta är att det inte finns så mycket skrivet om Kinda kanal med omland. För att väga upp denna brist skulle en mer omfattande intervjustudie kunna ha gjorts.

6.1 Framtida forskning

Under uppsatsskrivandets gång har nya idéer om syfte, inriktning och metod kommit till. Tankar och idéer om hur jag skulle kunna ha gått till väga och om vad jag skulle vilja forska vidare om.

Jag skulle tycka att det vore intressant att göra en större intervjustudie med turister som besöker området. Detta för att ta reda på vilka symboler, attraktioner och upplevelser turisterna värderar och hur området kan öka dess upplevelsepotential.

Intressant vore också att intervjua människor som bor i området och de näringsidkare som driver turistnäringar för att undersöka hur de förhåller sig till att ökad turism i regionen, Kinda kanal med omland. I denna studie vore det också intressant att undersöka hur de ser på Kinda kanal som varumärke, är regionens invånare beredda på att stötta detta varumärke?

Mycket intressant vore det också att jämföra turistens önskemål om framtida upplevelseområde med vad befolkning och näringsidkare på plats tycker.

Sammanfattning

Författaren till uppsatsen har studerat och analyserat Kinda kanal med omland som en region i förändring med utgångspunkt att undersöka hur upplevelseturism kan utvecklas där. Författaren har även undersökt vilka typer av upplevelser och attraktioner som kan identifieras och hur samarbete mellan regionens näringsidkare kan utvecklas. För få svar på det ovan nämnda har litteraturstudier, intervjuer och observation gjorts. Till grund för uppsatsen finns en förstudie som berättar om Kinda kanal som framtida upplevelseområde. Uppsatsen avgränsas kring Kinda kanal med omland ur ett historiskt perspektiv och till en region i förändring. Avgränsningar har också gjorts kring turism, historiskt och i förändring.

Teorikapitlet inleds med att belysa grunderna i regional utveckling och olika faktorer som är viktiga i detta sammanhang, exempelvis globalisering och tillgänglighet, klusterbildningar och infrastruktur och tillgänglighet. I detta kapitel står det också att läsa om turism och modeller om turistresor. Modeller som i senare kapitel appliceras på Kinda kanal med omland för att skapa förståelse för turism i regionen. Attraktioners och symbolers betydelse för platsen belyses och dess betydelse för platsens identitet. Avslutningsvis behandlar kapitlet upplevelseindustri och upplevelseturism och innebörden av de båda ur ett samhällsekonomiskt perspektiv.

Empirin består till störst del av en intervjustudie. Fem personer med anknytning till Kinda kanal och/eller turism intervjuades om Kinda kanals potential för upplevelseturism, upplevelser, attraktioner och samarbete. I många frågor var de tillfrågade eniga och de gav många intressanta förslag på upplevelser, attraktioner och samarbete och hur dessa kan utvecklas. Empirikapitlet behandlar också Kinda kanal idag, turism kring Kinda kanal idag och turism idag.

I diskussions- och analyskapitlet diskuteras och analyseras Kinda kanal i förändring från en samfärds- och kommunikationsled mot en attraktiv region i många turisters och besökares ögon. Vikten av ett fungerande infrastruktur- och kommunikationssystem diskuteras och att systemen måste rustas upp och byggas ut och varför. Förslag ges på hur samordning och samarbete kan styrkas mellan näringsidkare och offentliga institutioner och viken av detta, i denna diskussion är engagemang och gemensam målbild centralt. De modeller som illustrerades i teorikapitlet appliceras på Kinda kanal med omnejd för att skapa grund för framtida utveckling av turism i regionen. I detta sammanhang belyses vikten av attraktioner och symboler. Upplevelseindustri och upplevelseturism diskuteras utifrån Kinda kanal med omland. Kapitlet avslutas med diskussion och analys om förutsättning för turism kring Kinda kanal och viktiga verktyg för framtida utveckling i regionen.

Slutsatsen belyser ”guldkornen” från diskussions- och analyskapitlet för att mer konkret svara på frågeställningarna. Avslutningskapitlet ger förslag på vidare forskning.

Referenslista

Böcker

Aronsson Lars, *Turismens hållbara utveckling?*, Forskningsrapport 97:8 samhällsvetenskap, Högskolan i Karlstad. 1997

Blom Thomas & Nilsson Mats, *Turismens historia och utveckling*, författarna och Liber AB, Slovenien 2005

Blom Thomas & Nilsson Mats, *Symbolturism – Morbidturism – Mytturism, Turistiska produkter av vår tid*. Arbetsrapport, Nr 11, Universitetstryckeriet, Karlstad. November 2000,

Burns Peter M, *An introduction to tourism & anthropology*, 2002, London.

Castensson Reinhold, *Östra Götaland –förutsättningar för regional utveckling*, Rapport 2003:4 Centrum för kommunikationsstrategiska studier, Linköpings universitet, 2003

Hägglund John, *Kinda kanals historia*, AB Östgöta Correspondenten, Linköping, 1966

Swahn Willy, *Kinda kanal – vattenväg och insjövägar*, Gullers förlag, Örebro 2001

Wahlström Bengt, *Guide till upplevelsesamhället*, SNS förlag, Stockholm 2002

Motormännen, Sveriges vägatlas, *Med stadskartor och ortsregister*, Vällingby 2001

Förstudie

Hjerpe Mattias, *Om konsten att välja kanal – Tre scenarier för framtida utveckling av Kinda kanal*, Tema vatten i natur och samhälle, Linköpings universitet, 2005.

Internet

http://www.kks.se/upload/publikationsfiler/blandade_upplevelser_1999_publ.pdf 051204

www.ostergotland.info 051205

www.visit.se/~wist-hembygdsf/wist-hembygdsf/slott-torp/bjarka-saby/bjarka-saby-slott.htm 06-01-12

www.bigell.de/Hausboot/Schweden/kindakanal.htm 2006-01-10

Intervjuer

Ann-Louise Södersten, Kinda turistbyrå, 051129

Lars Löow, kanaldirektör, Kinda kanal AB, 051128

Leif Eriksson, Rimforsa strand – Kurs och konferens, 051209

Viveca Nilsson, Destination Norrköping, 051201

Margareth Wiklund, marknadsföring och upplevelseturism, 051213

Övrigt material

Kanalvännernas bildarkiv, äldre kanalkarta, egen bearbetning

Heinemark Elin, Webbplats över Kinda kanal, under bearbetning