

SAMMANFATTNING AV FOKUSGRUPPER OCH INTERVJUER

Den här presentationen är en sammanfattning av intervjuer med företag och aktörer inom den kulturella och kreativa sektorn i projektet *Sundsvall KKN - Platsutveckling genom kulturella och kreativa näringar*.

Projektet är en del av ETOUR, finansieras av Sundsvalls kommun respektive Mittuniversitetet och genomförs under 2025-2026.

Målsättningen med projektet är att bidra till förbättrade förutsättningar för KKN och kultursektorn att bidra till ökad platsutveckling och platsattraktion i Sundsvall.



SAMMANFATTNING AV FOKUSGRUPPER OCH INTERVJUER

Fokusgrupper med KKB-aktörer (8 grupper, 28 informanter)

Intervjuer med KKB-aktörer (19 intervjuer, 25 informanter)

- Upplevelser av Sundsvalls kreativa miljö
- Upplevelser av kulturliv och kulturutbud
- Platsutveckling och påverkan
- Samarbeten och nätverk
- Egna utvecklingsmöjligheter och utmaningar/hinder
- Framtid och förändring

VAD SÄGER KKB-AKTÖRER I SUNDSVALL?



SUN
DS >
ALL



DEN INTERNA STOLTHETEN ÖVER SUNDSVALL

- Saknar visionen och berättelsen om vilken stad Sundsvall ska vara.
- Många nämner jantelag och träpatronanda – men flera säger samtidigt ”Kan vi inte bara lägga ned det – men hur gör man det?”
- Nu är det dags att bygga stolthet utifrån kulturarvet och ”industristaden”, använda det vi är, vår industrihistoria och skapa utifrån det, twista begreppet och göra det till vårt.
- Många vill bidra till Sundsvalls kollektiva självkänsla och tar ansvar för att göra det.



” Om inte vi gör det här – vem ska då göra det i Sundsvall?

” Brist på intern stolthet är det största hindret för mig.

” Heja Sundsvall! De bidrar till stolthet.

SÅRBARA STRUKTURER

- Korta projekt – brist på kontinuitet.
- Eldsjälslogik. Mycket försvinner om eldsjälens flyttar eller slutar = det saknas strukturer som gör att erfarenhet lever vidare bortom personer.
- Ideella föreningar, studieförbund, institutioner och individer är sammankopplade för att hela ekosystemet ska fungera. T ex Pipeline som är ett tydligt nav i musiklivet och en plats för alla åldrar, Jazzklubben som samarbetar med kulturskolan, Konstföreningen som har stans enda galleri. Man upplever dessa kopplingar som osynliga och därmed lätta att radera.
- Saknar en kulturell samordnare på kommunen som kan ”hålla ihop det” och förklara hur det fungerar med ansökningar och tillstånd.
- Det finns täta informella nätverk, men få eller inga formella.



Det är kontinuitet som gör saker, därför att någonstans så triggas det ett mod att man törs göra de här crazy grejerna.

SÅRBARA EKONOMIER

- Projektekonomier – brist på kontinuitet – inte hållbart.
- Få och små KKB-företag.
- Informanterna upplever att en liten andel av årsinkomsten för KKB-företagen är kopplade till Sundsvall och Västernorrland = få kunder lokalt/regionalt.
- Hög administrativ belastning tar energi från själva kulturskapandet = fokus på ansökningar snarare än innehåll.
- Strukturen för stöd och bidrag är svår att kombinera med långsiktig verksamhet. Svårt att börja varje år med noll kronor.
- Mer inhouse-produktion och mer användande av AI = mindre köp av externa tjänster = minskat kundunderlag för lokala KKB-aktörer.

” Föreningsbidrag till kulturföreningar har legat på samma nivå i 15 år och alla kostnader blir högre.

” Ur den ekonomiska aspekten är det tufft att vara kreativ.

VÄRDE OCH VÄRDERINGAR

- De värden KKB står för och tillför är inte alltid synliga.
- Små aktörer upplever att de gång på gång behöver bevisa sitt värde.
- Upplever att det finns ett visst kulturförakt i Sundsvall.
- Oklar gränsdragning mellan (förväntat) ideellt arbete och betalda uppdrag. Känslan av att det man gör som KKB-aktör handlar om passion, inte att det är ett jobb.
- Många KKB-aktörer behöver brödjobb på sidan om.
- Möjlighet: Matchmaking mellan KKB och övrigt näringsliv – kan skapa win-win utifrån t ex kulturarv. Att få veta vilka KKB-företag som finns i kommunen och hur de kan bidra.



Det gör skillnad hur en plats och ett företag värderas om kaffemuggarna i fikarummet kommer från IKEA eller från en lokal keramiker.

SUNDSVALL ÄR KREATIVT – MEN INTE INNOVATIVT

- Saknar modiga och innovativa idéer från de styrande - och att de även tar emot sådana idéer.
- Det finns många som är kreativa, men det finns ingen sammanhållande kraft eller riktning.
- Saknar känslan av ”Här kan man skapa saker”.
- I jämförelse med andra städer upplever man att Sundsvall ligger i lä.
- Kreatörer har varken tid eller ork för långa beslutsprocesser – det saknas möjligheter att kunna testa sina idéer.
- Apropos innovation, man vågade förr: Tänk på Knausttrappan!



”

Jag tycker Knaust är en härlig mittpunkt i den här staden för den är helt orimlig den där trappan. Kalkylen skulle blinka rött om du ens funderade på en sån där trappa nu – men den har levererat i över 100 år.

SUNDSVALL 400 ÅR & MUSIKHJÄLPEN

- Framgångsfaktor: Tydliga koncept med enande högre syften.
- Alla åldersgrupper och intressen kunde samlas.
- Positiva erfarenheter av att bli involverad (beröm till kommunens arbetssätt och de samarbetsmöjligheter som det skapade).
- Musikhjälpens TV-sändning och hur tidslinjen 400 år visualiserade historien stärkte stoltheten.
- Sundsvall både kan och vill, men vi vet inte alltid hur. Här fick vi ramverk och tydliga koncept för att kunna kliva fram.
- Vill att lärdomarna från dessa event tas vidare in utvecklingsstrategier för KKB.



”

Under Sundsvall 400 år och Musikhjälpen gick det att skapa engagemang och en härlig känsla i staden, alltså kan vi göra det igen!

DET SAKNAS ETT NAV

- Många saknar ett nav som kan driva på och koppla ihop kulturyttringar för att skapa dynamik och synlighet.
- Ser stor potential i paketering och konceptutveckling där flera aktörer kan finnas med.
- Efterlyser mer samverkan och fler kontaktytor inom KKB.
- Saknar en ”lågtröskellokal” (lätt att boka, lågt pris, lätt att flytta in och ut, enkel tillståndsprocess) där det finns paket med färdiga plug & play-lösningar. En sådan lokal skulle kunna vara ett givet nav.
- Tornhuset - en möjliggörare för ungdomar och en plantskola för KKB – kan dom nå ut mer?



Det finns ingen som aktivt jobbar för kunskapsutbyten, att informera vad som händer lokalt och knyta samman aktörer. Oftast måste vi knyta ihop våra band själv. Någons sorts koordinators kanske skulle vara jättebra, samla den kraft som faktiskt finns, att man förstår värdet i det.

KULTURMAGASINET BEHÖVER FÖRNYAS

- En viktig och naturligt samlande plats och ett vardagsrum, men den saknar "vibe".
- Kulturmagasinet skulle kunna vara navet, men upplevs inte som det idag.
- Behöver ett uppdaterat innehållskoncept.
- Behöver ny paketering.
- Behandlas administrativt som en kommunal verksamhet bland alla andra, men är ett givet besöksmål både utifrån innehåll och arkitektur.
- Kulturmagasinet skulle kunna spela en tydligare roll i stadens identitet.



Inte ens de som jobbar med kultur vet vad som är möjligt att göra i Kulturmagasinet.

ISMAGASINET – STOR POTENTIAL

- Helt unik och K-märkt lokal som är tom, stängd och till salu – ta ansvar för den!
- En given plats för konst, kultur, musik och performance. Här skulle det kunna finnas ateljéer och utställningslokal för konstnärer och hantverkare.
- Kan skapa liv på en viktig plats – Åkroken.
- Med rätt innehåll – skulle kunna vara en mittpunkt på Campus och föra studenter och sundsvallsbor närmare varandra.



Känner vi någon Guggenheim som kan köpa loss Ismagasinet och göra konsthall av det?

AKTIVERA BEFINTLIGA LOKALER, PLATSER OCH YTOR

- Aktivera och användna befintliga och tomma lokaler/platser/ytor istället för att bygga nytt.
- Stenstan en tillgång, men folklivet och konceptet (design och innehåll) för själva platsen Stenstan saknas.
- Stenstans innergårdar, Emharts lokal längs Selångersån, fd Centralen, parkeringen vid Trädgårdsgatan/Bankgatan har stor potential för platsutveckling.
- Gör det lättare att få access till Stora Torget med ett sammanhållet plug and play-koncept.
- Ett nytt konserthus är bra men farhågor finns om att det ska sluka resurser och därmed minska möjligheterna för lokala KKB-aktörer.
- Svartvik kan bli helt unikt i Sverige, men det kräver en långsiktig och uthållig satsning.



Stenstan är så bra att man kan bli begränsad av den, den blir som ett museum, man vågar inte göra något.

MÅNGA EVENEMANG, MYCKET MAINSTREAM

- Evenemangstätt. Man hinner inte gå på allt och har ingen koll på allt som händer.
- Mainstream och populärkultur tar stor plats (Rix FM festival, Playa Festival, Mello mm).
- Känslan är att Sundsvall har fokus på fotboll, hockey, trav och motor.
- Ingen tydlig konstscen, det finns inga gallerier. Sundsvall saknar en konsthall.
- Nycirkus – en tydlig spets.
- Att gå samman och paketera olika små event till större koncept kan gynna platsen.
- Knaust Kultursalong – tydligt koncept som har gått hem (drivs av eldsjäl, uppbackad av sin arbetsgivare, bra ex på kultursponsring).
- Scenkonstbolaget – en kraft men institutioner tar också resurser.
- Norra berget – en plats för alla.



Det är pinsamt att det inte finns en konsthall här i Sundsvall när det finns i övriga städer i Västernorrland.

LOU ÄR EN UTMANING

- LOU är hinder åt båda hållen
 - Det tar tid för det offentliga att få in förslag och idéer.
 - Fokus på pris och krav på bred kompetens gör att stora (ofta externa) slår ut små (lokala).
- ”Underlätta för mindre aktörer att lämna in anbud” – bara en standardformulering i upphandling, inget som görs på riktigt.
- Alltför specificerade upphandlingar lämnar lite utrymme för lokala leverantörer och låser lösningar i förväg = motverkar innovation.

” Det går faktiskt att stödja lokal verksamhet trots att det finns lagen om offentlig upphandling. Politiker borde inse det här och säga till sina tjänstemän att stödja lokal verksamhet så att den lokala verksamheten blir kvar.

LOKALER AVGÖRANDE

- Löpande dialog med fastighetsägaren viktigt.
- Det behövs en förståelse för hur KKN-branschen fungerar affärsmässigt men också kunskap om vad branschen gör för attraktiviteten i ett område eller i ett kvarter.
- Fastighetslogik styr lokaler, inte platslogik.
- Pop-up möjligheter finns men blir tomtebloss, också svårt att veta för kunder var och när det ”poppas upp”.
- Tillgång till bra och flexibla lokaler med rimliga hyror är en grund för stabilitet och utveckling, men även en grund för samarbeten.
- Sundsvall har för få ”KKB-platser” i stadslivet. Synlighet och tillgänglighet är avgörande för att skapa utveckling och få fler att etablera sig.



Vi är helt beroende av bra lokaler, det är en akilleshäla. Med bra lokaler skulle vi kunna ha en helt annan verksamhet.

SAMARBETEN GER SYNLIGHET

- Många uttalar att samarbeten över närliggande kommun och regiongränser är en utvecklingsmöjlighet.
- Mittuniversitetet är en viktig samarbetspartner för att legitimera och ge nya perspektiv.
- Hur skapar man win-win för alla i ett samarbete? Det behövs testmiljöer för samarbeten KKB och kommunal kultur (museum, bibliotek osv).
- Samarbeten inom KKB ger win-win och skapar det unika, t ex keramiker som skräddarsyr tallrikar och fat åt restaurang.
- Viktigt att bli sedd av kommunen och känna att dom bryr sig.
- Viktigt med samarbeten mellan kommunala enheter för att förstå KKB:s behov och förutsättningar.



I Stockholm hade man ingen aning vad kommunen gjorde, här ser man vad som görs och får vara med.

ATT NÅ UT MITT SITT ERBJUDANDE

- Att vara relevant i sitt utbud och tänka större. Tänka mer paketering, destination och besöksanledning för platser som Kulturmagasinet, Svartvik, Norra Berget.
- Sundsvall har ett stadsmuseum men det kommuniceras inte som det.
- Många KKB är även informationsplatser för stadens övriga kulturutbud.
- Små aktörer kan lätt drunkna i informationsbruset.
- Det finns ett behov av samlad information för att bli en stark KKB-plats och uppfattas som det. Idag är det omöjligt att ha koll på allt som händer.

” *Många tänker att de ser allt i sitt facebookflöde. Men det finns inte en enda plats där du kan gå in och känna att du sett allt som finns, inte på destinationens sida, inte på Entré Sundsvall.*

ATTRAKTIVITET

- Upplever att destinationen inte riktigt satt sig än, i jämförelse med t ex Höga kusten.
- Kulturen behöver vara utpekad på ett strategiskt plan, inte bara inom ramen för Kultur & Fritid. Kulturen behöver finnas högt upp på agendan för att visa vägen framåt.
- Återvändare viktiga.
- Det behöver finnas och prioriteras ett nattliv för att ungdomar och studenter ska vilja bo här.
- KKB påverkar hur Sundsvall känns.
- Upplever att KKB levererar attraktivitet, men att det sällan återinvesteras på KKB:s egna villkor.

” *Det kändes självklart att återvända och göra våran grej där någon av oss hade rötter, och det var Sundsvall.*

STADSLIVETS BETYDELSE

- Det är enklare att ta plats i en mindre stad i jämförelse med t ex Stockholm där risken finns att man ”försvinner”.
- Det behöver finnas ett nattliv i Sundsvall för att ungdomar och studenter ska vilja bo här.
- KKB i stadslivet gör en stad mer levande, skapar attraktivitet på gator och kvarter.
- KKB får människor att mötas.
- Vardagslivet är viktigare än fest, att det finns öppna mötesplatser på en måndagskväll i januari.



”

UTBILDNING OCH FORTBILDNING AVGÖRANDE

- Sundsvall saknar högre utbildningar och fortbildning inom konst, kultur, kreativitet och entreprenörskap. Kulturskola och kulturprojekt nyckel.



”

Det finns ju utbildningar via Mittuniversitetet, men kopplingen till oss som verkar här lokalt är inte alltid så tydlig.

SOCIAL HÅLLBARHET

- KKB viktig aktör för öppna mötesplatser där människor kan mötas och hitta mening.
- Skapandeprojekt och kultur är bra för vuxna i utsatta områden, för att bryta isolering. Positiva erfarenheter från Nacksta kultur.
- Kultur-inifrån-modellen, att fånga upp vad invånarna på en plats själva vill göra stärker även utvecklingen av platsen. Positiva erfarenheter från Nacksta kultur.
- Kontinuiteten viktig för att skapa en mötesplats – inte de stora evenen.
- Söråkers Folkets Hus: Exempel på hur en långsiktig KKB-satsning kan transformera en plats.

” Det är en hållbar verksamhet idag eftersom vi vägrade att betrakta oss som ett projekt.

” En vuxen som mår bra, en mamma som mår bra. Det påverkar hela familjen.

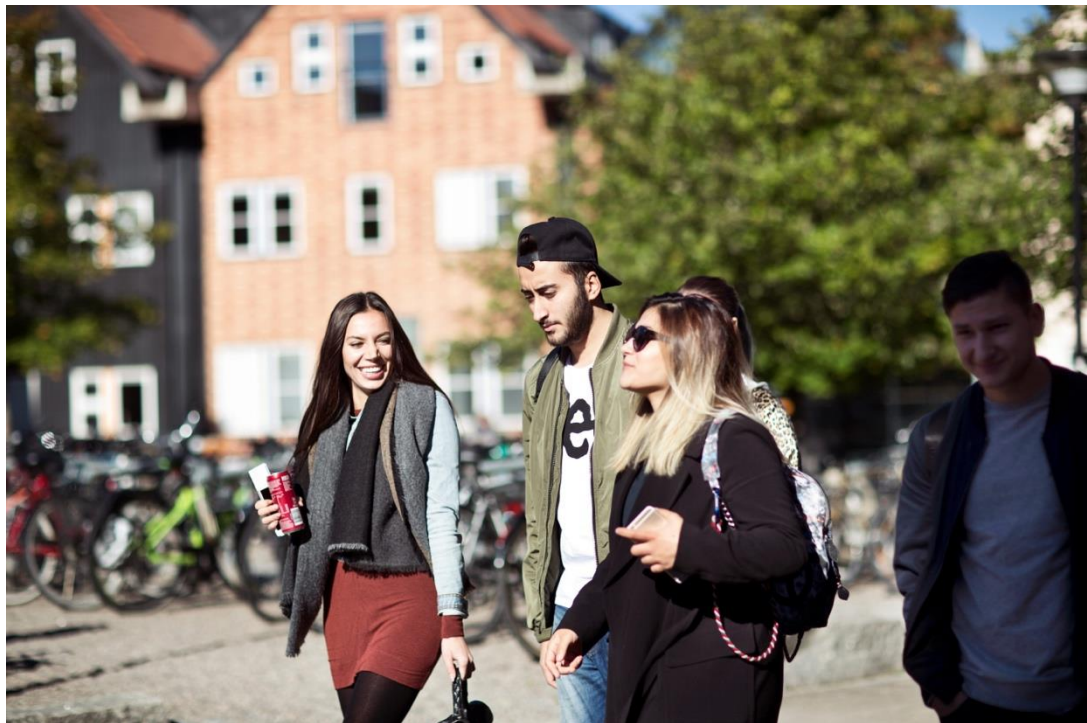
VÄRNA DRIVKRAFTEN

- Viktigt att vara rädd om och värna sina konstnärer. ”Konstnärer kan göra andras jobb, men många kan inte göra deras.”
- Man vill skapa sammanhang ”där saker kan hända”.
- Många är lojala med platsen och vill verkligen verka i Sundsvall.



Jag tror att vi kommer vara väldigt och är väldigt viktiga motpoler i dagens samhälle.

VAD SÄGER STUDENTERNA OM SUNDSVALL?



Fint, lugnt och familjärt

Saknar inkludering i staden

Saknar icke kommersiella mötesplatser

Stadens kreativa anda har svag synlighet

Profillöst studentliv