

Vikingastaden Birka

– en studie över besökares förväntningar och
upplevelser.

Författare: Jacob Seifors och Lisa Enochson
Handledare: Christian Widholm

Abstract

Södertörn University | School of Business studies | Bachelor Thesis 15 credits | Tourism Studies | Spring 2012

- Title:** Birka, the Viking settlement – a study of visitor’s expectations and experiences.
- Authors:** Jacob Seifors och Lisa Enochson
- Mentor:** Christian Widholm
- Purpose:** The purpose of this paper was to investigate and compare the expectations and actual experiences at Birka, partly from the organizers and from the visitor’s side. By finding out what kind of experience the Swedish National Heritage Board and Strömme Turism och Sjöfart want to give their visitors, we could then measure the expectations and experiences with the visitors and thus compare them.
- Methodology:** We conducted this study by holding two interviews, one with Lena Johansson of the Swedish National Heritage Board and one with Andreas Forsgren at Strömme Turism och Sjöfart. Furthermore we distributed a survey on two separate occasions for visitors to Birka.
- Conclusions:** Both the Swedish National Heritage Board and Strömme Turism och Sjöfart aims to give its visitors a genuine and educational experience in a Viking Age setting. The result showed that visitor’s expectations are in accordance with the organizations objectives, while the actual experience varied. For many of the visitors the experience surpassed their expectations, but for most of the visitor’s the experience corresponded to their expectations. Only two people felt that the visit did not meet their expectations.
- Keywords:** **Birka, Strömme Turism och Sjöfart, Swedish National Heritage Board, expectations, experiences, visitor, customer satisfaction.**

Sammanfattning

Södertörns högskola | Institutionen för ekonomi och företagande | Kandidatuppsats 15 hp |
Turismvetenskap | Vårterminen 2012

- Titel:** Vikingastaden Birka – en studie över besökarnas förväntningar och upplevelser.
- Författare:** Jacob Seifors och Lisa Enochson
- Handledare:** Christian Widholm
- Syfte:** Syftet med uppsatsen var att undersöka och jämföra förväntningar och faktiska upplevelser på Birka, dels från arrangörernas sida och dels från besökarnas sida. Genom att ta reda på vilken upplevelse Riksantikvarieämbetet och Strömma Turism och Sjöfart vill ge sina besökare så kunde vi sedan mäta förväntningar och upplevelser bland besökarna och således jämföra dessa.
- Metod:** Vi genomförde denna undersökning genom att hålla två kvalitativa intervjuer med dels Lena Johansson på Riksantikvarieämbetet och dels Andreas Forsgren på Strömma Turism och Sjöfart. Vidare så delade vi ut en enkätundersökning vid två olika tillfällen till besökare på Birka.
- Slutsats:** Både Riksantikvarieämbetet och Strömma Turism och Sjöfarts mål är att ge sina besökare en genuin och lärorik upplevelse i vikingatida miljö. Resultatet visar att besökarnas förväntningar överrensstämmer med deras mål, medan den faktiska upplevelsen varierade. För många av besökarna överträffade upplevelsen förväntningarna, men för de allra flesta motsvarade upplevelsen bara deras förväntningar. Endast två personer upplevde att besöket inte motsvarade förväntningarna.
- Nyckelord:** **Birka, Strömma Turism och Sjöfart, Riksantikvarieämbetet, förväntningar, upplevelser, besökare, kundnöjdhet.**

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Problemformulering	2
1.2 Syfte	2
1.2.1 Frågeställningar	2
1.3 Avgränsningar.....	2
1.4 Begreppsförklaringar.....	2
2. Metod	5
2.1 Val av metod.....	5
2.2 Tillvägagångssätt	5
2.2.1 Kvalitativa intervjuer	5
2.2.2 Kvantitativ enkätundersökning.....	6
2.3 Metodkritik	6
3. Teoretisk utgångspunkt	7
3.1 Motivering av valda teorier.....	7
3.2 Lars Sörqvist, Kundtillfredsställelse och kundmätningar.....	7
3.2.1 Besökarens upplevelse och bedömning	7
3.2.2 Förväntningarnas påverkan	8
3.2.3 Hur uppstår förväntningar?	9
3.3 Gap-modellen.....	10
3.4 Tidigare forskning.....	13
4. Empiri.....	15
4.1 Birka – den vikingatida handelsknutpunkten.....	15
4.1.1 Världsarvet	16
4.1.2 Det skyddade området	16
4.2 Organisationen kring Birka idag	16
4.2.1 Riksantikvarieämbetet	16
4.2.1.1 Riksantikvarieämbetets historia	16
4.2.1.2 Riksantikvarieämbetet idag.....	17
4.2.1.3 Riksantikvarieämbetets verksamhetsidé.....	17
4.2.1.4 Riksantikvarieämbetets koppling till Birka	17
4.2.2 Strömma Turism och Sjöfart.....	19
4.2.2.1 Strömma Turism och Sjöfarts historia	19

4.2.2.2 Strömma Turism och Sjöfart idag	19
4.2.2.3 Strömma Turism och Sjöfarts koppling till Birka	20
4.3 Besökarens förväntningar och upplevelser på Birka	21
4.3.1 Enkätundersökning del 1.....	21
4.3.1.1 Vad hade du för förväntningar innan ditt besök på Birka?	21
4.3.1.2 Vad var du mest nöjd med under ditt besök på Birka?	22
4.3.1.3 Vad var du minst nöjd med under ditt besök på Birka?.....	23
4.3.1.4 Vad anser du skulle göra Birka bättre som besöksmål?.....	24
4.3.1.5 Var det något som inte motsvarade dina förväntningar?	25
4.3.1.6 Om du fick vara med och påverka en utveckling av Birka, vad skulle du göra då?	26
4.3.2 Enkätundersökning del 2.....	27
5. Analys och slutdiskussion	28
5.1 Riksantikvarieämbetet	28
5.2 Strömma Turism och Sjöfart.....	28
5.3 Enkätundersökningen	29
5.3.1 Besökarnas förväntningar och upplevelse.....	29
5.3.2 Vad var besökarna mest respektive minst nöjda med över sitt besök på Birka.....	29
5.3.3 Besökarnas önskemål för en bättre upplevelse.....	30
5.3.4 Besökets helhetsintryck	30
5.4 Slutdiskussion	31
Källor och litteratur.....	33
Bilagor.....	35

1. Inledning

Handelsplatsen Birka anlades på Björkö ca 790 e.Kr. och var en viktig knutpunkt i Mälardalen under vikingatiden.¹ Platsen blev en betydelsefull internationell hamn då det kom besökare från när och fjärran.² Den dåvarande kungen bodde på Adelsö, som ligger på andra sidan fjärden, på Hovgården, kanske för att hålla sig på lagom avstånd från stadens smuts och livligheter.³

Det arkeologiska materialet visar att Birka övergavs under den andra halvan av 900-talet och att människorna då flyttade någon annanstans. Ingen vet vart eller varför men en tanke finns om att en flytt skedde till Sigtuna, som anlades ca 970 av Erik Segersäll. En annan tänkt orsak till flytt kan vara att det blev allt svårare att ta sig till Birka. På grund av landhöjningen hade vattenvägen genom Södertälje grundats upp. Dessutom hade allt större skepp börjat användas.⁴

Sedan slutet på 1800-talet har arkeologer undersökt de fornlämningar som finns på Birka och Hovgården. Alla dessa fynd skvallrar om ett samhälle med stora skillnader mellan både klass och kön samt en utpräglad hierarki. Långt före Birka anlades brukades marken och är än idag ett levande kulturlandskap med blommande ängar, betande djur och stora gravfält.⁵

1993 upptogs Birka och Hovgården på Unesco:s världsarvslisa och Världsarvskommitténs motivering var:

” Kriterium iii: Birka- och Hovgården-komplexet är en exceptionellt välbevarad vittnesbörd om de omfattande handelsförbindelser som vikingarna etablerade under två århundraden och som vittnar om en anmärkningsvärd ekonomisk och politisk expansion.”

” Kriterium iv: Birka är ett av de mest unika, kompletta och oförstörda exempel på en vikingatida handelsstad från tiden 700–900 e.Kr.”⁶

I dagsläget erbjuder Birka en historisk upplevelse för privatpersoner, skolor och företag. Man kan välja att följa med på deras guidade tur i fornlämningsområdet, besöka deras rekonstruerade stadskvarter, se hur smeden bodde och arbetade eller kika in i deras vävstuga. Ett museum finns även där man bland annat kan ta del av forntida fynd.⁷

¹ Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html (hämtad 2012-04-03)

² Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/birka/birka.html (hämtad 2012-04-03)

³ Riksantikvarieämbetet

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html (hämtad 2012-04-03)

⁴ Riksantikvarieämbetet

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html (hämtad 2012-04-03)

⁵ Riksantikvarieämbetet. http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/birka/birka.html (hämtad 2012-04-03)

⁶ Riksantikvarieämbetet, Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården, (2007), s.7

⁷ <http://www.stromma.se/sv/Birka/ATT-GORA/> (hämtad 2012-04-03)

1.1 Problemformulering

Att mäta och undersöka förväntningar samt upplevelser är komplicerat. Definitionen för vad en förväntning är och hur den uppstår varierar och en upplevelse kan bestå av många olika delar som också kan vara svårdefinierade. Det är därför av stor vikt att tidigt bestämma sig för hur man vill definiera förväntningar och upplevelser för att inga otydligheter ska uppstå under undersökningens gång då detta annars kan innebära att resultatet i analysen blir oklar.

1.2 Syfte

Vårt syfte är att undersöka och jämföra förväntningar och faktiska upplevelser på Birka, dels från arrangörernas sida och dels från besökarnas sida.

1.2.1 Frågeställningar

Vilken upplevelse vill Rikantikvarieämbetet ge sina besökare på Birka?
Vilken upplevelse vill Strömma Turism och Sjöfart ge sina besökare på Birka?
Vilka förväntningar har besökarna inför sitt besök på Birka?
Vilka var besökarnas faktiska upplevelse på Birka?

1.3 Avgränsningar

Valet föll på att undersöka ett fornlämningsområde, och inte en mer välbesökt kommersiell verksamhet, har att göra med vårt egna intresse för historia. Enligt Unescos världsarvslista ligger Birka och Hovgården som ett och samma världsarv. I och med upptagningen som ett världsarv 1993 skedde en snedfördelning då Rikantikvarieämbetet lade nästan all sin fokus på Birka. Därför har vi valt att avgränsa oss enbart på Birka, då det området är mest utvecklat för den publika verksamheten. Vårt syfte är att jämföra besökarens förväntningar och faktiska upplevelser. Således är Hovgården ej av intresse för vår undersökning, då området inte har lika många besökare och inte är lika välkänt.⁸

Till en början låg vårt fokus på att hitta utvecklingsmöjligheter på Birka, men vi har valt att avgränsa oss till enbart besökarnas förväntningar och faktiska upplevelser i jämförelse med vad arrangörerna vill förmedla.

1.4 Begreppsförklaringar

UNESCO

Är en förkortning för United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation. Organisationen jobbar för att skapa en dialog mellan olika samhällen, människor och kulturer som ska basera sig på gemensam respekt för delade värderingar. Genom denna dialog är målet att världen ska uppnå gemensamma visioner om mänskliga rättigheter, hållbar utveckling, respekt och fattigdom - alla dessa delar utgör även hjärtat i organisationens uppdrag och verksamhet.⁹

⁸ Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Rikantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁹ UNESCO <http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/> (hämtad 2012-05-29)

Världsarv

Ett natur- eller kulturminne som anses så värdefullt att det är en angelägenhet för hela mänskligheten. Det kan vara en ort, en miljö, ett objekt eller en plats som på ett unikt sätt berättar om människan eller jordens historia.¹⁰

Hovgården

Birka och Hovgården utgör tillsammans det område som 1993 infördes på världsarvslistan. Hovgården ligger på Adelsö i Mälaren, på andra sidan fjärden mot Birka och Björkö.¹¹

Arkeolog/Arkeologi

Arkeologi är vetenskapen om den mänskliga utvecklingen inom seder, levnadssätt, lagar, religion och kultur under äldre tider.¹²

Fornlämningar

Fornlämningar är anläggningar eller rester från äldre tid som till exempel förhistoriska boplatser, ruiner, runstenar och gravhögar.¹³

Besökare

Enligt Turistdelegationens definition ställs tre krav på att räknas som besökare:

"1. Resan ska gå till en plats utanför resenärens vanliga omgivning. Exkluderar regelbundna pendlingsresor, d.v.s. resor till och från hemmet för arbete eller studier.

2. Den sammanhängande vistelsetiden på platsen för besöket ska vara högst ett år. Längre vistelsetid är bosättning.

*3. Huvudsyftet med resan ska vara annat än att utöva lönearbete som betalas av någon på platsen. Exkluderar arbetsmigration."*¹⁴

Kund

Detta begrepp kan definieras på olika sätt. De två vanligaste är "mottagare av en produkt" och "de som organisationer finns till för".¹⁵

Kundtillfredsställelse

Är en sinnesstämning hos kunden. Detta tillstånd uppstår när en kund fått ta del av en vara eller tjänst som erbjudits av ett företag.¹⁶

Kvalité

Valigast idag är att man definierar begreppet som "förmåga att uppfylla kundernas behov och förväntningar".¹⁷

¹⁰ Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv_i_sverige.html (hämtad 2012-05-29)

¹¹ Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv/birka_och_hovgarden.html (hämtad 2012 - 05 -29)

¹² Svenska Akademiens Ordbok <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> (hämtad 2012-05-29)

¹³ Svenska Akademiens Ordbok <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> (hämtad 2012-05-29)

¹⁴ Turismens begreppsnyckel, Turistdelegationen, (95)

¹⁵ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 29

¹⁶ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 33

¹⁷ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 11

Upplevelse

En upplevelse är något som har en början och ett slut och där kunden är känslomässigt engagerad. Upplevelsen i sig påverkas sedan av en mängd olika faktorer, såsom miljö, personal och andra kunder.¹⁸

Förväntning

Definieras enligt Nationalencyklopedin som "hopp om viss utveckling som också bedöms som sannolik".¹⁹

¹⁸Mossberg, Lena, *Att skapa upplevelser - från OK till WOW*, (03), s. 11-13

¹⁹Nationalencyklopedin, http://www.ne.se/sve/förväntan?i_h_word=f%c3%b6rv%c3%a4ntan (hämtad 2012-05-30)

2. Metod

2.1 Val av metod

I den här studien kommer vi att använda oss av en kvalitativ metod med ett kvantitativt inslag. Den kvalitativa delen kommer att bestå av intervjuer med bland annat Strömma Turism och Sjöfart samt Riksantikvarieämbetet. Då vi är intresserade av att få en djupare inblick i Birka som företag och destination tror vi att intervjuer och studiebesök till valda område kommer att ge oss ett bra resultat.

Det kvantitativa inslaget består av en enkätundersökning. Undersökningen delades ut till 32 besökande vid två olika tillfällen, en helg och en vardag, för att försöka fånga in en så bred besökspublik som möjligt. Detta gjordes både på Birkaområdet och på färjorna för att ge oss eventuella svar på hur de besökande uppfattade destinationen som ett turistmål.

Sökning av information om de olika företagen och utformningen av undersökningar har även skett via litteratur och internet.

2.2 Tillvägagångssätt

2.2.1 Kvalitativa intervjuer

De kvalitativa intervjuer som ligger i fokus har gjorts med Andreas Forsgren, Strömma Turism och Sjöfart, samt Lena Johansson, förvaltningsansvarig för Birka på Riksantikvarieämbetet.

Våra intervjuer med dem var av en semi-strukturerad karaktär. Denna teknik innebär att man förbereder en intervjuguide med olika teman som man vill ta upp. En intervjuguide är en kort påminnelista över vilka områden intervjuaren vill täcka. Man kan även, som vi gjorde, använda sig av en något mer strukturerad lista över frågeställningar som ska behandlas i intervjun. De teman i intervjuerna som vi hade låg fokus på frågor kring förväntningar och upplevelser.

Genom att utföra intervjuerna på detta sätt fick de intervjuade personerna friheten att formulera svaren på sitt eget sätt. Detta ledde även till att andra frågor kom upp alltefter intervjuernas gång.²⁰

En telefonintervju utfördes även, därför att den intervjuade – Lena Johansson – hade väldigt knappt om tid. Fördelen med en sådan intervju är att den oftast går snabbare och är mer rakt på sak.

²⁰Bryman, Alan, *Samhällsvetenskapliga metoder*, Liber ekonomi, (2002), s.301 - 305

2.2.2 Kvantitativ enkätundersökning

Vi valde att använda oss av en enkätundersökning som både innehöll öppna och slutna frågor. Då vårt fokus låg på hur de besökande upplevde sitt besök på Birka var de öppna frågorna passande. Vi valde att vid två olika tillfällen dela ut dessa enkäter både på området där Birka ligger och även på färjan som tog oss hem från Björkö. Detta för att få ett snabbt resultat med en hög medverkan. Ett besök av oss på Birkaområdet gjordes även i samband med enkätundersökningen. Detta hjälpte oss i såväl den empiriska bakgrunden samt analysen för att få en bättre förståelse för besökarnas svar.

2.3 Metodkritik

Vår valda undersökningsperiod låg i maj, då hade Birka lågsäsong. Detta gjorde att antalet besökare vid undersökningstillfällena inte var särskilt många, och således påverkar resultatet. Under maj månad är det även uppstart för många aktiviteter och upplevelser, vilket innebär att personal på både Riksantikvarieämbetet och Strömme Turism och Sjöfart är väldigt upptagna, vilket även det påverkar resultatet.

3. Teoretisk utgångspunkt

3.1 Motivering av valda teorier

Vi har valt att använda oss av delar av det materialet som Lars Sörqvist presenterar i sin bok *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*. Anledningen till detta är att vi tycker att det hjälper oss att förstå och tydliggöra besökarens upplevelser och förväntningar. Författaren Lars Sörqvist är doktor i kvalitet, civilingenjör och civilekonom. Vid Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm ansvarar han för ämnet kvalitet där han även bedriver forskning inom samma område med inriktning på ekonomi-, kund- och ledarskapsfrågor.²¹

Vidare har vi valt att använda oss av *Gap-modellen*. Modellen används för att visa hur, varför och var brister i kundtillfredsställelse kan uppstå.²² Vi har valt att ta med denna modell då vi anser att den kompletterar Lars Sörqvists material. Vi anser att det är av vikt att presentera alla gapen då det ger en bra förståelse och det hjälper oss att se hur främst Strömma Turism och Sjöfart agerar i de olika punkterna. De gap som är av störst relevans för oss och vår undersökning anser vi vara gap nummer 1: ”Mellan kundens förväntningar och företagets uppfattning om dessa förväntningar” samt gap nummer 3: ”Mellan den utformade och den utförda tjänsten”. Det är i dessa gap som vi utfört vår enkätundersökning för att få reda på besökarens förväntningar och upplevelser.

Författarna till *Kvalitet från behov till användning* är Bo Bergman och Bengt Klefsjö. Bergman var under femton år professor i kvalitetsteknik vid Tekniska Högskolan i Linköping. Då boken skrevs så besatt han SKF- professen i kvalitetsutveckling vid Chalmers tekniska högskola i Göteborg. Den andra författaren, Bengt Klefsjö, är professor i kvalitetsteknik vid Luleå tekniska universitet. Författarna har beskrivit de olika gapen fritt och vinklat dem på ett sätt som bättre passar deras undersökning och således även vår. För den ursprungliga beskrivningen, se Zeithaml, Bitner och Gremler: *Services Marketing – Integrating customer focus across the firm*, (09).

3.2 Lars Sörqvist, Kundtillfredsställelse och kundmätningar

3.2.1 Besökarens upplevelse och bedömning

Besökarens grad av nöjdhet grundar sig på en personlig inre sinnesbild av en tänkt upplevelse. Oftast när en besökare bedömer en upplevelse så skiljer den sig från företagets tänkta förväntningar för besökaren. Att en besökare blir nöjd kan uppstå genom att den antingen får ett ökat värde som upplevs positivt eller genom att en negativ situation återställs till ett neutralt läge.

²¹ Sörqvist Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), baksidan

²² Bergman, Bo och Klefsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 327

Graden av nöjdhet kan upplevas på olika nivåer. Om man talar om ett speciellt erbjudande kan besökaren uppleva vad som kallas för *specifik kundtillfredsställelse* hos erbjudandets alla delar. En besökare kan även bilda sig en *global kundtillfredsställelse*, som då innefattar upplevelsens alla delar som en helhet. Vidare finns även *transaktionsspecifik kundtillfredsställelse* och *ackumulerad kundtillfredsställelse*. *Transaktionsspecifik kundtillfredsställelse* innebär att besökaren grundar sin uppfattning på den enstaka upplevelsen av det aktuella besöksmålet. *Ackumulerad kundtillfredsställelse* uppstår då besökaren kommer till ett ställe upprepade gånger. Alla dessa besök ackumuleras till en totalupplevelse.

Besökarens grad av nöjdhet beror även på förväntningarna innan ett besök av en plats och den faktiska upplevelsen av platsen. Om dessa förväntningar uppfylls eller ej har stor betydelse för besökarens nöjdhet, men även en rad andra faktorer spelar in. Ett exempel på detta är konkurrens av andra besöksmål. En besöksattraktion kan ena dagen anses ledande och ha väldigt nöjda kunder, men kan nästa dag anses förlegad då konkurrenter lanserat bättre koncept eller idéer.²³

3.2.2 Förväntningarnas påverkan

En besökarens förväntningar kan påverka den upplevda kundtillfredsställelsen på lite olika sätt. Rent allmänt upplever besökaren en tillfredsställelse om besöket överträffar förväntningarna. Ett missnöje uppstår istället om förväntningarna inte uppfylls. Om en bedömning av en aktuell upplevelse främst utgår från förväntningar kallas det för *assimilationseffekten*. Det som kommer att styra besökarens bedömningar här är de olika nivåerna av förväntningar. Detta innebär att besökaren inte kommer ändra sina ursprungliga förväntningar när de bedömer resultatet, även om resultaten skiljer sig helt från förväntningarna. Följaktligen, när en besökare innan en upplevelse har låga förväntningar kommer själva upplevelsen fortfarande ligga på samma nivå, trots att upplevelsen faktiskt var bättre. På samma sätt som om en person före ett besök har höga förväntningar kommer besökaren stanna på samma nivå, trots att själva upplevelsen egentligen inte motsvarade förväntningarna. *Assimilationseffekten* är den effekt som är mest framträdande bland besökare som inte är villiga att studera sin faktiska upplevelse kontra sina förväntningar. Denna ovillighet att studera sin faktiska upplevelse uppstår för att personen känner att dennes kompetens ifrågasätts eller att ett tidigare fattat beslut motsägs.

En annan effekt är *kontrasteffekten* som till skillnad från *assimilationseffekten* stärker de faktiska upplevelserna, positiva såväl som negativa. Om en besökarens förväntningar inför en upplevelse är positiva och upplevelsen sedan var bättre än vad personen förväntade sig kommer besökaren i slutändan tycka att upplevelsen var bättre än den egentligen var. Det samma gäller vid en negativ förväntning inför ett besök. Om upplevelsen är sämre än förväntat så kommer besökaren att tycka att det är sämre än vad den egentligen var. *Kontrasteffekten* är den effekt som är mest framträdande bland besökare som anser att deras förväntningar klart och tydligt överträffades.²⁴

²³ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 33-34

²⁴ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 35-36

3.2.3 Hur uppstår förväntningar?

Enligt Sjöqvist finns det sex faktorer genom vilka företagen kan påverka sina besökares förväntningar och resultatet av upplevelsen.

Tidigare erfarenheter

Om en besökare har tidigare erfarenheter av ett besöksmål har detta stor betydelse för personens förväntningar. Oftast har negativa erfarenheter av ett besöksmål större påverkan på förväntningarna inför ett besök än positiva erfarenheter.

Marknadsföring och reklam

Genom marknadsföring och reklam ges besökarna en mängd olika uppfattningar om besöksmålet och vad de kan förväntas få uppleva. Risker är att företaget lovar för mycket i sin reklam och på sått får missnöjda gäster trots att upplevelsen i sig var bra. Därför är det av stor vikt att marknads- och kvalitetsavdelningen arbetar tillsammans så att besökaren faktiskt får den utlovade upplevelsen.

Image och rykte

Dessa delar är av stor vikt då det påverkar besökarnas förväntningar i stor utsträckning. Det kan röra sig om företaget och dess organisation eller upplevelsespecifika produkter.

Betydelse och intresse

En annan faktor som är av stor betydelse för besökarna är deras eget intresse för valda besöksmål. Detta egna intresse leder till att besökaren redan innan upplevelsen har skaffat sig kunskap som ligger som ett underlag för väl grundade förväntningar. Om besökaren istället har ett ointresse för upplevelsen kommer personens förväntningar baseras på ogenomtänkta beslut.

Tredjepartsinformation

Denna information kan komma ifrån bland annat media, släkt och vänner, branschorganisationer eller lärosäten med flera. Dessa källor har en stor betydelse för besökaren, då de anser att de är trovärdiga och opartiska.

Produktens pris

Här förväntar sig besökaren en god kvalitet vid ett högt pris, vid ett lågt pris uppstår istället motsatsen och besökaren förväntar sig istället en lägre kvalitet på upplevelsen.²⁵

Utvärdering av den faktiska upplevelsen

Besökarens utvärdering av en upplevelse är en komplicerad process. Kriterierna en gäst har kan variera och ändra sig över tid då upplevelsen är olika före upplevelsen, vid upplevelsen, direkt efter upplevelsen samt långt efter upplevelsen. Sättet besökaren utvärderar besöksmålet blir genom att jämföra den faktiska upplevelsen med förväntningarna. Det finns ett antal effekter som kan påverka besökarens utvärdering och nedan följer en förklaring av dessa.

²⁵ Sjöqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 37-38

Uppfyllande av kundens behov

Ett av de viktigaste kriterierna för en besökares utvärdering av en upplevelse är hur väl det uppfyller besökarens behov. Behoven besökaren har är i sin tur komplexa och ingenting vi kommer att diskutera vidare här.

Rättvisa

Många gånger har besökarens uppfattning om rättvisa en stor påverkan av den faktiska upplevelsen. Besökarens syn på rättvisa grundar sig på olika personliga upplevelser och jämförelser sker mellan olika inblandade parter, verkliga eller påhittade. Om en besökare under sin upplevelse någon gång känner sig felbehandlad kommer detta att färga personens helhetsupplevelse på ett negativt sätt, oavsett om förväntningarna eller den faktiska upplevelsen var bra.

Bortförklaring och tillskrivning

Besökaren beskriver många gånger en specifik händelse under själva upplevelsen, positiv eller negativ, på ett sätt som inte alltid stämmer överens med verkligheten. Vanligt är att när något positivt händer så berömmar besökaren sig själv. När något negativt i upplevelsen händer, som besökaren själv ligger bakom, så skyller personen ofta på situationen. Om andra personer är med vid den negativa händelsen så får de skulden. Denna faktor är mycket betydelsefull vid enkätundersökningar eller andra mätningar av besökarens upplevelse, då många av de orsaker som nämns kan vara felaktiga.

Känslomässigt tillstånd

Besökarens känslomässiga tillstånd under upplevelsen har en väsentlig inverkan på bedömningen. Det tillstånd besökaren för tillfället befinner sig i avgör hur besökaren tolkar och upplever besöksmålet. Denna faktor är viktig att ha i åtanke då den kan vara väldigt avgörande, dock svår att förutsäga då en besökarens känslomässiga tillstånd snabbt kan skifta.

Selektiv perception

Under en upplevelse tar besökaren omedvetet in information som sedan kommer att ligga till grund för utvärderingen av besöksmålet. Besökaren har även förträngningsmekanismer som innebär att viss information som inte stämmer överens med besökarens egen världsbild, stängs ute. Den information som besökaren är mottaglig för beror även på personens tillfälliga behov.²⁶

3.3 Gap-modellen

Denna modell förklarar var brister i kundnöjdheten kan ha skapats. Zeithamls egentliga syfte för modellen var att förklara tjänstekvalitet men Bergman och Klefsjö anser att den även kan användas för att beskriva varukvalitet.²⁷ Modellen har fått sitt namn då den förklarar hur ett negativt gap mellan en upplevd tjänst och förväntad tjänst kan ha uppkommit. Nedan följer en sammanfattad beskrivning av de olika gapen så som Bergman och Klefsjö valt att tolka dem.

²⁶ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 38-39

²⁷ Zeithaml, Valerie och Bitner, Mary och Gremler, Dwayne, *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm*, (09), s. 31ff

Gap 1: Mellan kundens förväntningar och företagets uppfattning om dessa förväntningar.

Vad besökaren vill ha och förväntar sig vid en upplevelse är det första ett företag bör tänka på när de utformar ett besöksmål. När ett företag inte förstår vad som är viktigt för besökaren uppstår detta gap. Det är av stor betydelse att företaget sätter sig in i besökarens behov och förväntningar för att kunna ge besökaren den bästa upplevelsen. Anledningen till att gap 1 kan uppstå inom ett företag kan vara bristande kommunikation eller för många ledningsnivåer.²⁸

Gap 2: Mellan företagets uppfattning om kundens förväntningar och den utformade tjänsten.

När ett företag utformar en ny besöksattraktion är det inte lätt att göra besökarens röst hörd och i många företag leder detta till ett stort gap. Besökarnas förväntningar uppnås inte alltid på grund av ledningens brist av förståelse och på grund av att kommunikationen inom företaget inte alltid fungerar som den ska. Orsaker som kan bidra till detta gap kan vara tron att det inte lönar sig samt en otillräcklig insikt hos företagsledningen.

Gap 3: Mellan den utformade och den utförda tjänsten.

Ibland har företag utformat ett besöksmål som ska lägga fokus på besökarens behov men även då kan resultatet bli otillfredsställande för besökaren. Detta kan ha att göra med att personalen på besöksmålet inte utför sina arbetsuppgifter korrekt, antingen för att de inte har tillräcklig kompetens eller helt enkelt för att de inte vill. Den anställda personalen på ett besöksmål är såklart av stor vikt, och att företaget inser personalens olika potential. Några anledningar till att detta gap uppkommer kan vara att personalen vid besöksattraktionen inte fått vara med att forma upplevelsen. Vidare anledningar kan vara bristande kompetens eller samarbete.

Gap 4: Mellan den utförda tjänsten och det som man förespeglat kunden.

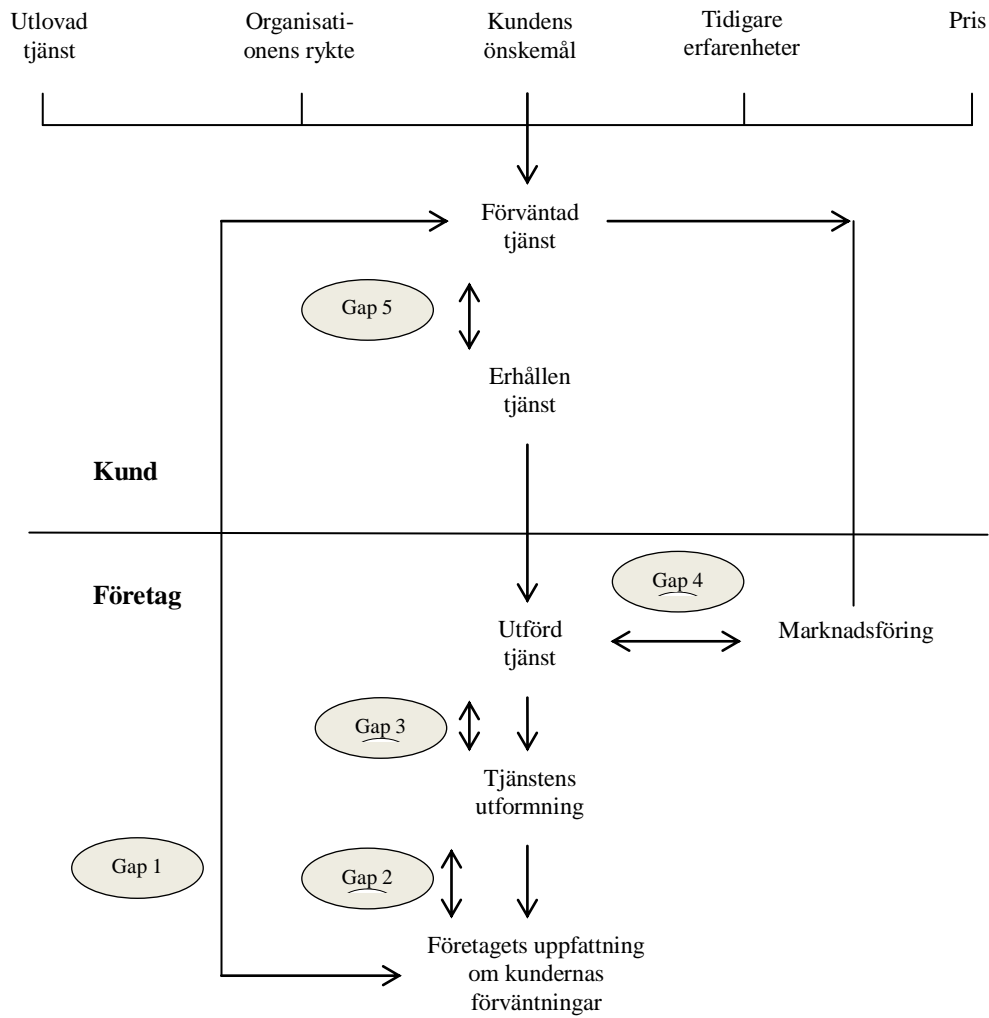
Här uppkommer gapet då ett företag inte kan hålla vad det lovat. Marknadsföring från företaget kan ha skapat förväntningar hos besökaren som sedan inte upplevs. På många av besöksattraktionerna utförs tjänsterna av människor, deras utförande av tjänsten kan variera och således finns då en risk att det utlovade inte uppnås. Även vid detta gap kan bristande kommunikation inom företagen vara en bidragande orsak, kanske har marknadsavdelningen inte satt upp realistiska mål vid utformningen av upplevelsen och således har inte personalen kunnat utföra tjänsten på det sätt besökaren förväntat sig.

Gap 5: Mellan kundens förväntningar och erhållna tjänsten.

I detta gap visar sig resultaten av de fyra tidigare gapen. Företagets mål är att hålla en hög nivå på sin besöksattraktion och man vill kunna motsvara kundens förväntningar. Hur besökarna sedan bedömer sin upplevelse har att göra med vad de hade för förväntningar innan och hur den faktiska upplevelsen var. Det som kan påverka besökarens förväntningar kan vara priset på upplevelsen eller företagets marknadsföring av densamma.²⁹

²⁸ Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 327-328

²⁹ Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 329-330



Figur 1. Gap-modellen, Bergman & Klefsjö (01)

3.4 Tidigare forskning

Sjöberg, Gustaf. *Besökare på Gotland - En studie av relationen mellan förväntningar och upplevelser*. Lic.-avh Uppsala Universitet, Sverige 2011.

Författarens syfte med avhandlingen var att undersöka vilka förväntningar och upplevelser besökare på Gotland har. Detta gjorde han genom att hålla kvalitativa intervjuer, både före och efter deras besök på Gotland. Han ville även undersöka samband mellan image, förväntningar och upplevelser och hur en enskild besökare upplevde sitt besök. Författaren har valt att fokusera på platser som besökarna själva tar initiativ till att besöka eller blir inbjudna till. Ingen av besökarna i undersökningen är född eller uppvuxen på Gotland. Författaren anser att kulturen och naturen på Gotland är resurser som besökarna kan göra om till upplevelser. Besökarnas faktiska upplevelse beror på vilka förväntningar de har och besökarnas självbild. Många olika faktorer är avgörande för en besökares självbild och byggandet av självbilden är en pågående process. Enligt författaren har en besökare olika förhållningssätt till platserna han eller hon besöker och det är genom dessa besökaren bearbetar sin självbild. Enligt författaren har de tre förhållningssätten natur, kultur och familj varit de mest framträdande i undersökningen.³⁰

Höglund, Jenny och Lorentzon, Arvid. *Friluftsliv och evenemang – En studie av besökarnas förväntningar och upplevelser*. Lic.-avh Mittuniversitetet, Sverige 2010.

I avhandlingen vill författarna studera besökares förväntningar och faktiska upplevelser på evenemang beroende på ålder och kön. För att begränsa sig har de valt att enbart studera ett evenemang som kallas för Fjällfest. Fjällfest är ett årligt återkommande evenemang som arrangeras vid Storulvåns fjällstation i Jämtlandsfjällen där besökarna erbjuds olika sorters skidupplevelser samt kurser och föreläsningar. Bakom evenemanget står tidsskriften Utemagasinet och Storulvåns fjällstation. Uppsatsen bygger till största del på en enkätundersökning gjord på plats under evenemanget. Författarnas slutsats är att en liten del av besökarna inte tyckte att upplevelserna levde upp till förväntningarna och att evenemanget i första hand var riktat mot yngre besökare, vilket innebar att yngre deltagare i större utsträckning var mer nöjda än äldre. Författarna kom även fram till att det inte fanns någon större skillnad mellan förväntningar och faktiska upplevelser mellan män och kvinnor.³¹

³⁰ Sjöberg, Gustaf, *Besökare på Gotland- En studie av relationen mellan förväntningar och upplevelser*, lic.-avh. Uppsala Universitet, Forskarskolan i Geografi, (11)

³¹ Höglund, Jenny och Lorentzon, Arvid, *Friluftsliv och evenemang – En studie av besökarnas förväntningar och upplevelser*, lic.av. Mittuniversitetet,(10)

Winter, Simon. *Förväntningar och kognitionsforskning*. Diss. Lunds Universitet, Sverige 1994.

Med denna avhandling vill Winter påvisa tre saker. Det första är hur betydelsefulla förväntningar är, att det kanske inte alltid är så bra att ha för många förväntningar. Det andra han vill påvisa är att det finns många vetenskapliga uppfattningar som kan ha samband med förväntningar. Det sista och tredje han vill göra är att ställa upp en tentativ modell för hur man kan koppla förväntningar med andra system i vårt tankemönster och förklara vilka punkter som är aktuella när man analyserar förväntningar. Uppsatsdispositionen ser ut som följande: först en del om olika modeller som har getts som förslag till att undersöka andra företeelser som liknar förväntningar. Sedan berättar han om presuppositioner och andra språkvetenskapligt kodade förväntningar. Slutligen behandlar han hur förväntningar hanteras inom den kognitiva psykologin.³²

Jameleddine, Leila. *Kundtillfredsställelse – En studie om studentens nöjdhet*. Lic. –avh. Högskolan på Gotland, Sverige 2010.

Syftet med Jameleddines avhandling är att undersöka vad som skapar nöjdhet respektive missnöjdhet hos studenter med deras utbildning. Även att se om studenternas förväntningar stämmer överens med själva upplevelserna. För att syftet skulle kunna uppnås använde hon sig av teorier som har att göra med kundtillfredsställelse inom tjänsteföretag, där studenten har betraktats som kund till högskolan. Det hon kom fram till var bland annat att personalen måste inge ett förtroende. Detta förtroende innefattar delvis att de har tillräcklig kunskap, behärskar sitt område och ser till studentens bästa. Uppfylls inte de kriterierna uppstår ett missnöje.³³

Grundberg, Jonas. *Kulturarv, turism och regional utveckling*. Rapport/European Tourism Research Institute, Mittuniversitetet: R 2002:9. Östersund: European Tourism Research Institute 2002.

Jonas Grundberg vill med sin rapport förmedla att kulturarv är en väldigt viktig tillgång för utvecklingen av både turism och andra områden inom en region. Han menar att på grund av globaliseringen skapas det en allt hårdare konkurrens mellan världens länder inom turistindustrin. Även inom länderna konkurrerar olika städer och regioner med varandra om turisterna. Genom att tillvarata och nyttja en regions kulturarv kan regionen använda sig av kulturarvet som en resurs för image- och attraktionsutveckling. På så sätt kan kulturarv hjälpa en stad eller region att marknadsföra sig som en mer attraktiv destination.

Weissglas, Gösta. Paju, Martin. Westin, Lars. Danell, Torbjörn. *Kulturarvet som resurs för regional utveckling, en kunskapsöversikt*. Rapport/Riksantikvarieämbetet R:2002:1. Stockholm: Riksantikvarieämbetets förlag 2002.

Målet med denna rapport var att genomföra en kunskapsöversikt om kulturarv och regional utveckling. De ville skapa en överblick av det allt större intresset för kulturarv som image och attraktionsutveckling, eller som motor i en regional utveckling. Rapporten har flera olika kapitel men vi valde att fokusera på Kulturmiljövården som en del av regional utvecklingsplanering eftersom det kändes som det kapitel som var mest relevant som tidigare forskning för vårt arbete. Kapitlet handlar om olika förutsättningar och metoder för hur man bevarar kulturhistoriska byggnader och miljöer och på vilka sätt de kan fungera som tillväxtfaktorer inom en region.

³² Winter, Simon, *Förväntningar och kognitionsforskning*, Diss. Lunds Univeristet, (94)

³³ Jameleddine, Leila, *Kundtillfredsställelse – En studie om studentens nöjdhet*, Högskolan på Gotland, (10)

4. Empiri

4.1 Birka – den vikingatida handelsknutpunkten

Omkring år 790 e.Kr. anlades den vikingatida handelsplatsen Birka på Björkö. Runt denna tidsperiod så uppstod många kungariken runt om i Europa och då gällde det för alla dessa nya kungar att bekräfta sin makt. Ett av dessa sätt var att göra det genom att anlägga handelsplatser, vilket skedde på många ställen i Nordeuropa, andra exempel är Hedeby och Ribe, men Birka är den lämning som är störst på hela den skandinaviska halvön. Vilken kung det var som anlade just handelsplatsen på Birka kan inte sägas med säkerhet.³⁴

Birka och Hovgårdens läge på dess öar inne i Mälaren är strategiskt placerat vid de dåvarande farlederna och den nära förbindelsen till havet. Detta visar på hur mycket vattnet betydde för folket då och dess möjligheter till kommunikation och transport samt hur de i sin tur skapade en framväxt inom handeln.³⁵

När Birka var som störst innefattade staden ca 700 – 1000 innevånare och var Sveriges första egentliga stad. I staden fanns många slags hantverkare: bronsgjutare, väverskor, pärlmakare och kammakare. Husen de levde i var enkla och de var placerade i rader upp från bryggorna vid vattnet. År 830 anlände benediktinermunken Ansgar till Birka. Han var utsänd av kejsar Ludvig Den Fromme för att predika det kristna evangeliet för de hedniska folken som bodde uppe i norr. Detta pågick under ca ett och ett halvt år och ett antal innevånare lät döpa sig, men dock blev Birka aldrig ett kristet samhälle.³⁶

Under den andra halvan av 900-talet flyttade sedan majoriteten av människorna ifrån Birka. Man vet inte riktigt varför men det arkeologiska materialet som finns tyder på att ön övergavs och folk flyttade därifrån. En orsak till detta kan ha varit att landhöjningen hade grundat upp vattenvägen genom Södertälje och således gjorde det svårare att ta sig till Birka. En annan orsak kan ha varit att de flyttade till Sigtuna som Erik Segersäll grundade 970.³⁷

³⁴Riksantikvarieämbetet

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html (hämtad 2012-04-03)

³⁵ Riksantikvarieämbetet, Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården, 2007, s. 9

³⁶Strömma. <http://www.stromma.se/sv/Stromma/TopTopMenu/Om-oss/Vara-varumarken/Birka-tom/> (hämtad 2012-04-03)
http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv/birka_och_hovgarden.html 2012-04-03

³⁷Riksantikvarieämbetet,

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html (hämtad 2012-04-03)

4.1.1 Världsarvet

1993 hamnade Birka på FN-organet Unesco's världsarvslista.³⁸ När ett natur- eller kulturminne anses så pass värdefullt att det är av betydelse för hela mänskligheten, är det ett världsarv. Det kan vara ett betydande exempel av ett traditionellt levnadssätt som representerar en viss kultur eller ett skickligt mästerverk gjort av människan. Tanken från Unesco's sida är att dessa platser ska bevaras för kommande generationer då de är unika och visar jorden och människans historia. Då många platser runt om i världen hotas av förstörelse eller förfall är Unesco's syfte att bevara dessa platser. Denna lista med världsarv grundar sig på en konvention som antogs 1972 – *Världsarvskonventionen*. Sverige godkände denna konvention 1985 och förband sig då frivilligt att skydda de egna världsarven för all framtid.³⁹

4.1.2 Det skyddade området

På Björkö i Mälaren ligger Birka, staden låg på öns nordvästra sida. Även Hovgården tillhör världsarvet som har rester av det medeltida Alsnö hus, ett gravfält, en hamnvik, lite husgrunder och tre kungahögar. Detta område ligger på Adelsö som är granne med Björkö. Världsarvsområdet består av 226 hektar mark och omges av en buffertzonen som omfattar hela Björkö och delar av Adelsö. Området som innefattas i världsarvet kallas för buffertzonen och kan förstärka skyddet genom speciella regler.⁴⁰

4.2 Organisationen kring Birka idag

4.2.1 Riksantikvarieämbetet

4.2.1.1 Riksantikvarieämbetets historia

Riksantikvarieämbetets historia sträcker sig långt tillbaka i tiden då Gustav II Adolf den 20 maj 1630 utsåg Johannes Bureus till Sveriges första riksantikvarie. Detta på grund av att många fornlämningar förstördes när folk till exempel använde gravhögar som tegelugnar. Ett påbud som instiftades 1666 kan ses som Sveriges första fornminneslag och också som en av Europas äldsta fornminneslagar. Under 1700-talet minskades riksantikvariens betydelse då man i Sverige under denna period lade fokus på naturvetenskapen och ansåg att bevarandet av fornminnen hörde till det förgångna. Under 1800-talet och in på början av 1900-talet ändrades denna syn och man ville återigen lägga mer fokus på Sveriges historia och dess fornlämningar och 1938 blev Riksantikvarieämbetet ett ämbetsverk.

Under 1960- och 70-talen växte en ny miljömedvetenhet fram i Sverige som innebar att man ville arbeta för att skydda och bevara kulturarvet. Begreppet kulturmiljö etablerades och man började titta på kulturarvet i det större sammanhanget istället för att fokusera på enskilda fornlämningar. 1975 omorganiserades Riksantikvarieämbetet och Vitterhetsakademien upphörde att vara huvudman för verksamheten. Ett tydligt tecken på en förändrad syn på kulturarvet i samhället kan man läsa sig till i kulturminneslagen från 1998, lagen inleds med orden ”Det är en nationell angelägenhet att skydda och vårda vår kulturmiljö. Ansvaret för detta delas av alla.”⁴¹

³⁸Riksantikvarieämbetet. http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv/birka_och_hovgarden.html (hämtad 2012-05-14)

³⁹Riksantikvarieämbetet, Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården, (2007), s.6

⁴⁰Riksantikvarieämbetet, Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården, (2007), s.7-9

⁴¹Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/vart_uppdrag/vart_uppdrag/var_historia.html (hämtad 2012-04-25)

4.2.1.2 Riksantikvarieämbetet idag

Riksantikvarieämbetet är en nationell myndighet som styrs av Kulturdepartementet och myndighetens olika uppdrag bestäms av regeringen. Riksantikvarieämbetets främsta uppgift är att skydda Sveriges kulturarv samtidigt som de försöker ta hänsyn till samhällets krav och förväntningar. De gör detta genom att till exempel urskilja och uppmärksamma behov av kunskap inom den egna organisationen såväl som samhället i stort. Genom detta vill myndigheten skapa sig en överblick över kunskapen inom både de traditionella och de nya kunskapsfält som berör kulturarvsområdet.

Med detta som bakgrund vill de skapa sig en trovärdighet som krävs för att kunna påverka samhällsutvecklingen. Konkret kan det innebära att de inspirerar andra genom att till exempel anordna informationsinsatser, utbildningar och forskningsprogram. Riksantikvarieämbetet vill alltså genom sin kunskapsutveckling stärka sina egna kulturarvskunskaper samtidigt som de hjälper andra med deras kunskapsutveckling.

För att lyckas med detta krävs det att de har en god förmåga att argumentera med specialister inom andra ämnesområden som till exempel energiomsättning, skogsbruk, urbanisering, turism och tillväxt. Genom att vara skicklig i sin kommunikation med specialister inom andra ämnesfrågor blir det enklare för myndigheten att förstå kulturarvet som en aspekt i andra sammanhang.

4.2.1.3 Riksantikvarieämbetets verksamhetsidé

Myndigheten vill öka kunskapen och insikten om kulturarvets betydelse för människors livsmiljö genom att:

- Ha överblick över tillståndet i kulturmiljön och kulturarvsarbetet
- Utveckla och hantera styrmedel, metoder och system
- Samverka och föra dialog
- Samla in och tillgängliggöra kulturarvsinformation⁴²

4.2.1.4 Riksantikvarieämbetets koppling till Birka

Förvaltning

När Sverige skrev på avtalet med världsarvskonventionen åtog man sig ett ansvar som även styr hur världsarvet ska tas omhand. De områden som omfattas av avtalet skyddas genom att man använder sig av nationella lagar, kommunala planer och skyddsbestämmelser. Olika regler och lagar gäller för olika områden inom världsarvet och samma område kan även ha flera olika regler eller planer. Birka och Hovgårdens förvaltning styrs främst av miljöbalken, kulturminneslagen samt plan- och bygglagen.⁴³

⁴² Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/vart_oppdrag/vart_oppdrag.html (hämtad 2012-04-25)

⁴³ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.14

Riksantikvarieämbetet förvaltar Birka och Hovgården för statens räkning, men när det kommer till själva skyddet och driften av världsarvet har även Länsstyrelsen i Stockholm och Ekerö kommun ett ansvar. Förvaltningsrådet fungerar som en samrådsplattform där dess roll är att samordna insatser från olika myndigheter.⁴⁴ Riksantikvarieämbetet kan man sedan säga i sin tur hyr ut Birka, detta innefattar några byggnader, bland annat museet, och en del mark såsom den yttersta delen i entrézonen till Strömma Turism och Sjöfart sedan 2008.⁴⁵

Att skydda och ta hand om ett världsarv som Birka ställer höga krav på förvaltning. Särskilt fokus bör läggas på frågor som rör turism, slitage och förändringstryck. Unesco vill att de länder som hyser världsarv upprättar en förvaltningsplan som består av strategier för att skydda och vårda dessa arv. Förvaltningsplanens mål är att fastställa ett skydd av världsarven för framtidens generationer.⁴⁶ Fokus för år 2012 ligger på en redovisning av alla Sveriges världsarv som skall lämnas till Unesco i början på 2013.⁴⁷

Det publika arbetet

Riksantikvarieämbetet jobbar mot ett antal målsättningar för att förvaltningen av Birka och Hovgården ska uppfylla världsarvskonventionens mål. De punkter som gäller för det publika arbetet är bland annat, att genom de aktiviteter som erbjuds besökarna på Birka, ge en helhetsbild av områdets historia och även locka till att söka efter fördjupad kunskap. Vidare vill Riksantikvarieämbetet ha ett professionellt och kvalitetssäkrat samarbete med de olika aktörerna som verkar på Birka och samarbete med skolor för att fördjupa kulturmiljöpedagogiken.⁴⁸ Ämbetet vill även att besökarna ska få en underhållande, kvalificerad och sakkunnig vägledning i landskapstolkningen. Den visningsverksamhet som sker ska präglas av pedagogiska metoder och man vill att erfarna pedagoger med god kunskap om området och en talang att få historien att komma till liv. Området ska även ha tydliga förmedlingsformer i form av skyltar, utställningar, tillfälliga händelser och aktiviteter.⁴⁹

Riksantikvarieämbetet vill att verksamheten som bedrivs inom världsarvet med aktörer inom besöksnäringen ska kännetecknas av ett professionellt samarbete. Områdets kulturhistoriska värden vill man skall lyftas fram på ett sätt så att företrädare från besöksnäringen och turismen kan utveckla en verksamhet och produkter som är med och hjälper en ekonomisk utveckling i världsarvets närområde.⁵⁰

⁴⁴ Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Riksantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁴⁵ Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Riksantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁴⁶ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.6

⁴⁷ Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Riksantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁴⁸ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.17

⁴⁹ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.20

⁵⁰ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.22

Prioriterade insatser

För att underlätta en regelbunden rapportering och utvärdering om världsarvsområdena och dess tillstånd har världsarvskommittén arbetat fram ett verktyg, *Periodic Reporting*. Denna rapportering är ett måste och ska ske vart sjätte år. Det är förvaltningsrådets uppgift att skapa handlingsplaner för att se till att hoten mot världsarvet minimeras och de åtgärder som presenteras uppfylls. De brister som var aktuella under den förra rapporteringen, som var mellan 2008 – 2010, gällandes Birka var bland annat att skyltningen i/av världsarvsområdet inte är tillräcklig. Den åtgärd som presenterades var att den information om världsarvsområdet som riktas till besökarna måste förtydligas och kompletteras. Vidare visar rapporten på att det finns en viss risk för att bli beroende av tredje part vid kommunikationer till världsarvet, här vill man uppmuntra till att fler privata företag etablerar en verksamhet som är knuten till området. En annan brist som tas upp är att det saknas flerspråkig information om världsarvet och även otillräcklig information för funktionshindrade. Här är planen att via Riksantikvarieämbetets Kulturmiljöportal utveckla informationen.⁵¹

4.2.2 Strömma Turism och Sjöfart

Vi har inte kunnat hitta någon information om Strömma Turism och Sjöfart som inte företaget själva ligger bakom eller som på annat sätt framställer företaget på ett okritiskt sätt. Eftersom vi vill ge en kort presentation av företaget har vi därför valt att göra en sammanfattning av den fakta som framgår av Strömma Turism och Sjöfarts egen presentation av företaget på deras hemsida.

4.2.2.1 Strömma Turism och Sjöfarts historia

Strömma Turism och Sjöfart kommer ursprungligen från ett finskt bolag som hette Ångfartygs AB Bore. Bolaget grundades 1897 av bland annat Fredrik von Rettig och släkten von Rettig äger än idag Strömma. Genom åren har bolaget startat och köpt upp flera verksamheter som har varit inriktade på turism och sjöfart.

1999 genomförde bolaget en fusion med August Lindholm AB och bytte i samband med detta namn till Strömma Turism och Sjöfart. Sedan fusionen har bolaget fortsatt att expandera genom att köpa upp verksamheter som till exempel Hemavan Tärnaby och Riksgränsens skidanläggningar, Rederi AB Göta Kanal, Interbus och EkmanBuss Flexibussitet.

4.2.2.2 Strömma Turism och Sjöfart idag

Idag består Strömma Turism och Sjöfart av många olika varumärken spridda över hela Sverige, från Malmö i söder till Riksgränsen i norr. Strömma har även verksamheter i Danmark och Finland, dessa verksamheter är precis som i Sverige inriktade på turism och sjöfart.

Strömmas affärsidé är att skapa upplevelser, aktiviteter och nöjen för möten och fritid och har som vision att skapa minnen för livet åt sina kunder⁵². Strömma hade 406 anställda år 2010, omsatte 712 676 000 kronor och gick med 50 748 000 kronor i vinst⁵³.

⁵¹ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.25

⁵² Strömma <http://www.stromma.se/sv/Stromma/TopTopMenu/Om-oss/> (hämtad 2012-04-24)

⁵³ Strömma http://www.allabolag.se/5560515818/Stromma_Turism_och_Sjofart_AB (hämtad 2012-04-24)

4.2.2.3 Strömna Turism och Sjöfarts koppling till Birka

Strömna Turism och Sjöfart tog över den publika verksamheten på Birka från Riksantikvarieämbetet 2007. Strömna och Riksantikvarieämbetet arbetar fortfarande tillsammans med olika projekt. De samarbetar till exempel med högskolan på Gotland med att bygga rekonstruerade vikingatida hus som gästerna på Birka kan besöka. Men marknadsföringen och vilka aktiviteter besökarna ska få ta del av på Birka är det Strömna själva som bestämmer över. Anledningen till att samarbetet mellan de båda parterna fungerar så bra är att Strömna har ett uttalat mål att inte göra om Birka till en nöjespark med vikingatema. Ett exempel på detta är att Strömna har som mål att deras guider på Birka ska vara utbildade arkeologer. Detta i sin tur innebär att guiderna har Riksantikvarieämbetets fulla förtroende och är fria att lägga upp sina turer som de själva vill.

Strömna har som mål att deras besökare ska kunna återkomma till Birka år efter år. Detta mål vill företaget uppnå genom att bibehålla områdets karaktär i så stor utsträckning som möjligt samtidigt som företaget varje år försöker komma på nya aktiviteter för besökarna att ta del av. Enligt Andreas Forsgren skulle Strömna Turism och Sjöfart säkert kunna tjäna mer pengar på att tillhandahålla besökarna plasthjälmor med vikingahorn och liknande produkter, speciellt till utländska turister som kanske inte alltid vet vad ett fornminne från vikingatiden innebär. Men då detta skulle förstöra upplevelsen för många andra har Strömna valt bort sådana produkter från Birka.

Men att lyckas förmedla en genuin upplevelse samtidigt som företaget vill att besökarna ska återkomma och även locka till sig nya är en balansgång. Till exempel har de i år inlett ett samarbete med Martin Eriksson, mer känd som E-Type. Martin ska leda lekar vid Birka som han kallar för Sveakampen. Strömna Turism och Sjöfart hoppas att Martin i egenskap av känd person ska locka till sig fler besökare. Martin Eriksson är väldigt intresserad av vikingatiden och äger bland annat en vikingarestaurang i Gamla stan i Stockholm.

Utöver Sveakampen anordnar även Strömna Turism och Sjöfart möjligheter för besökarna att vissa dagar under högsäsongen, som sträcker sig mellan mitten av juni till mitten av augusti, få prova på vikingatida hantverk och stridsuppvisningar på Birka. Under hösten anordnar de även en skördemarknad och en visafon. Det är genom aktiviteter som dessa som Strömna vill lyckas förmedla en genuin vikingaupplevelse samtidigt som de ska hålla sina besökare nöjda och villiga att återvända.⁵⁴

⁵⁴Forsgren, Andreas, guide och arkeolog, Strömna Turism och Sjöfart. Intervju 2012-05-11

4.3 Besökarens förväntningar och upplevelser på Birka

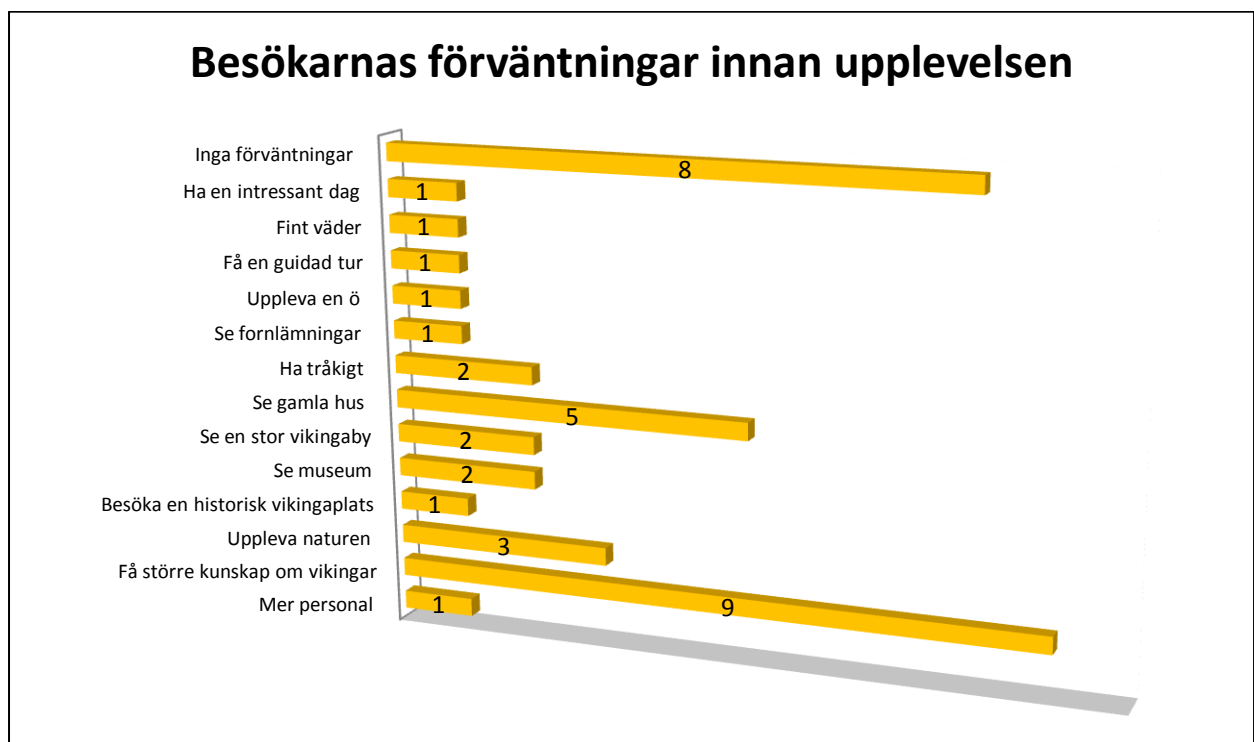
4.3.1 Enkätundersökning del 1

I denna del började vi med att ställa stängda frågor för att ge oss allmän information om deltagarna. Vidare ställde vi öppna frågor som längre ned presenteras i diagram. Se utformningens helhet i *Bilaga 1*.

32 deltog i denna enkätundersökning, varav 18 kvinnor och 14 män. De var av varierad ålder, med spann från 13 – 60 år, men majoriteten av de besökande var mellan 13-19 år. Syftet med besöket på Birka var för 19 stycken en skolutflykt, 10 stycken nöje och för tre personer forskning. För majoriteten, 29 av besökarna, var det deras första gång på Birka. En person hade varit där tre gånger tidigare och för två var detta andra besöket. Frågan om hur de hade hört talas om Birka ställdes även och visade att de allra flesta, 18 personer, hade hört talas om Birka genom skolan. Sedan svarade nio genom bekanta, tre genom turistinformation och två genom media.

På frågan om de var nöjda med sitt besök på Birka svarade två att de var lite nöjda och sex att de var nöjda. 21 var mycket nöjda och tre tyckte att besöket var långt över deras förväntningar.

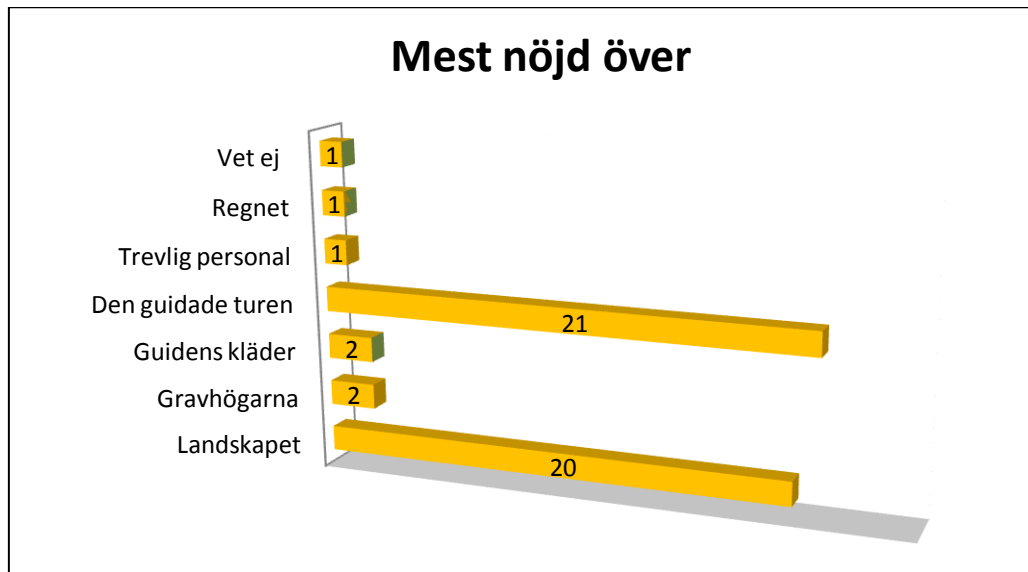
4.3.1.1 Vad hade du för förväntningar innan ditt besök på Birka?



I denna fråga har vi valt att undersöka vad besökarna hade för förväntningar på Birka innan

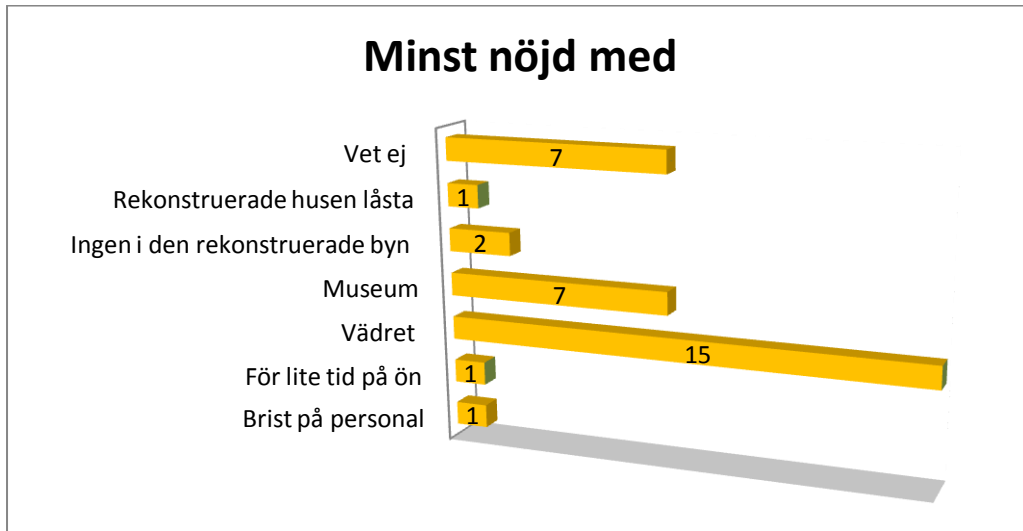
sin upplevelse. Det vi kan utläsa är att en stor del av besökarna förväntade sig att få en större kunskap om vikingar och dess historia. Vidare ser man att ett par stycken även förväntade sig att se en stor vikingaby, gamla hus och fornlämningar. En del hade även förväntningar på en vacker natur och att få gå på museum. En person önskade mer personal på platsen kring den rekonstruerade byn. Åtta besökare hade inga förväntningar överhuvudtaget.

4.3.1.2 Vad var du mest nöjd med under ditt besök på Birka?



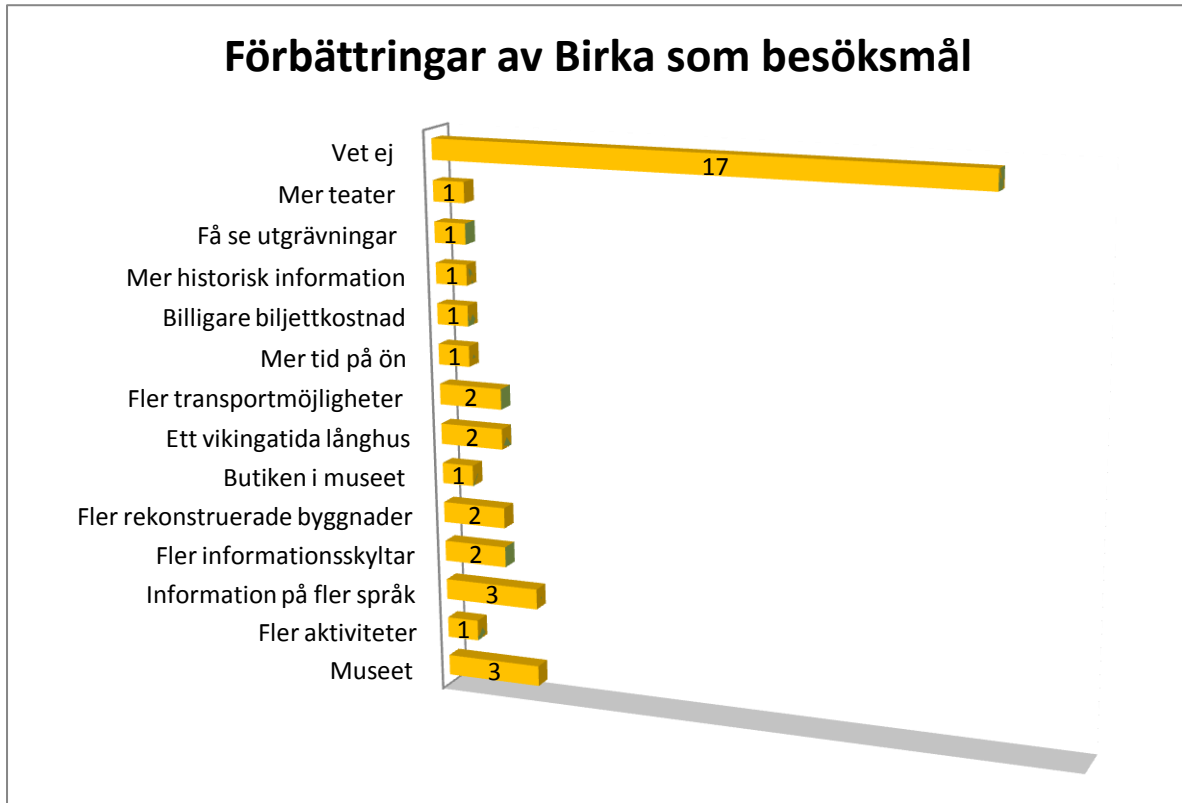
Här kan vi utläsa att en klar majoritet var mest nöjda med den guidade turen och det fina landskapet. Vidare var besökarna nöjda med gravhögarna och den trevliga personalen. Guidens kläder var ett inslag som två personer tyckte om. För att förtydliga var guiden klädd i tidsenliga vikingakläder.

4.3.1.3 Vad var du minst nöjd med under ditt besök på Birka?



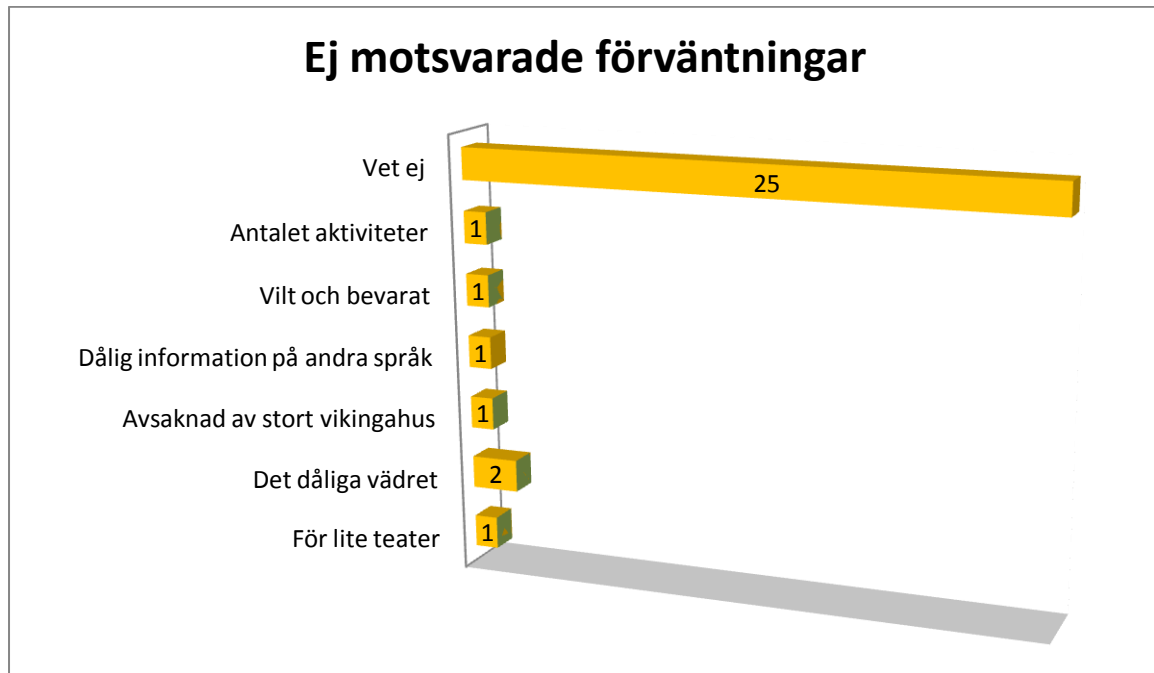
Vädret var den faktor som besökarna var minst nöjda med. Museet var den upplevelse som besökarna var minst nöjda med. Många lämnade frågan blank, eller svarade att de inte visste. Några var även missnöjda med den tid som gavs på ön, tre timmar, att det inte var någon personal eller aktivitet i den rekonstruerade byn och att de husen var låsta.

4.3.1.4 Vad anser du skulle göra Birka bättre som besöksmål?



I denna fråga ville vi försöka fånga vad besökarna själva upplevde inte motsvarade deras förväntningar av Birka som besöksmål. Majoriteten av besökarna visste inte vad de ville förbättra på Birka. Men många förslag gavs ändå, till exempel: ett mer utvecklat museum, en bättre butik i museet, fler aktiviteter, bättre information i form av skyltar framförallt på fler språk, fler rekonstruerade byggnader, bättre transportmöjligheter och mer tid på ön.

4.3.1.5 Var det något som inte motsvarade dina förväntningar?



Här kan man klart utläsa att de flesta inte visste om det var något som inte hade motsvarat förväntningarna. De svar som gavs visade på att det dåliga vädret, avsaknad av ett stort vikingahus och aktiviteter samt dålig information på andra språk ej motsvarade förväntningarna.

4.3.1.6 Om du fick vara med och påverka en utveckling av Birka, vad skulle du göra då?



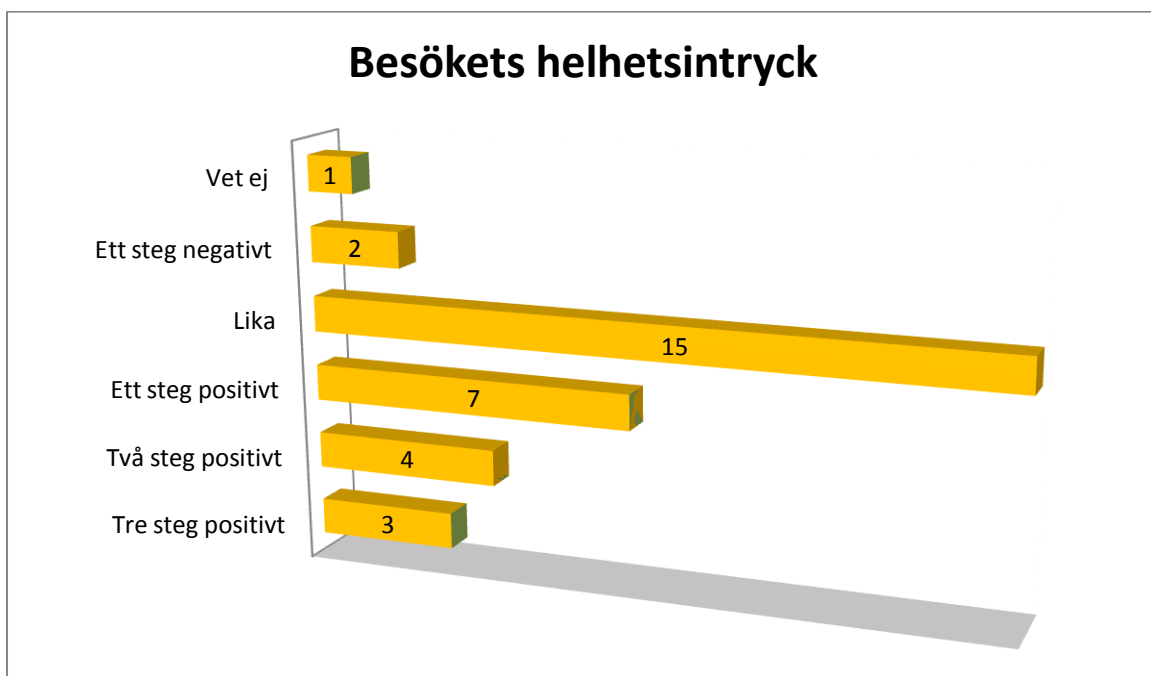
Till skillnad från den tidigare frågan "Vad anser du skulle göra Birka bättre som besöksmål?" var tanken att få besökarna att tänka bredare; att med sin egen fantasi komma med förslag för Birka som skulle leda till en bättre upplevelse för dem själva.

En mängd olika förslag på en utveckling av Birka som besöksmål gavs. I topp ligger en önskan om att få se en utgrävning. Därefter vill besökarna se en förbättring och utveckling av museet. Andra punkter som besökarna tar upp är önskan om att få mer tid på ön, att det ska finnas personal i den rekonstruerade byn, fler aktiviteter och ett stort vikingalångskepp.

4.3.2 Enkätundersökning del 2

I den här delen av enkätundersökningen så har frågorna varit stängda, med enbart alternativ att kryssa i. Den är uppbyggd på ett sådant sätt att besökaren fått kryssa i och svara på en fråga vad de förväntade sig och vad de sedan faktiskt upplevde. Skalan är från 1 – 5 då ett visade på *Inte alls* och fem på *I mycket stor utsträckning*. Målet med denna utformning var att kunna se i vilken grad besökarnas förväntningar stämde överens med den faktiska upplevelsen. Se gärna *Bilaga 3* för utformningen. I denna del av enkätundersökningen har vi valt att enbart presentera fråga tio, då del ett redan gett oss tillräckligt med information.

Fråga tio lyder; Att resans helhetsintryck är bra.



I helhet kan man utläsa att fjorton av besökarna tyckte att deras upplevelse överträffade förväntningarna. Femton hade förväntningar som exakt motsvarade deras upplevelse medan två hade förväntat sig mer än vad de faktiskt upplevde. En person visste inte.

5. Analys och slutdiskussion

5.1 Riksantikvarieämbetet

Ämbetet är en nationell myndighet som styrs av Kulturdepartementet. Myndighetens främsta roll på Birka är att förvalta området. Det innebär att de ska bevara kulturarvet och ta hänsyn till samhällets förväntningar.⁵⁵ För att enkelt förklara det så hyr Riksantikvarieämbetet ut Birka till Strömme Turism och sjöfart och har således inget eget intresse i den publika verksamheten. Dock arbetar de mot ett antal målsättningar, såsom att besökarna ska få en underhållande och kvalificerad guidning på Birka. Visningen som sker vill de skall leda av erfarna pedagoger som bör göra att områdets historia kommer till liv. Vidare vill de att besökarna ska få en fördjupad kunskap om området och locka till att de själva söker en fördjupad kunskap. I samarbetet med Strömme Turism och Sjöfart är dessa mål ett kriterium för att företaget ska få vara verksamt på ön. Riksantikvarieämbetet vill att den verksamhet som bedrivs inom världsarvet ska kännetecknas av ett professionellt samarbete så att Strömme Turism och Sjöfart kan utveckla en verksamhet och produkter som är med och hjälper bland annat den ekonomiska utvecklingen på Birka.⁵⁶

Det som är viktigt för Riksantikvarieämbetet och Strömme Turism och Sjöfart att förstå när de utformar Birka som besöksmål är besökarnas behov, när man inte gör det så uppstår gap 1: "*Mellan kundens förväntningar och företagets uppfattning om dessa förväntningar*".⁵⁷ Detta gap kan uppstå när kommunikationen inom ett företag eller mellan olika aktörer, i detta fall Riksantikvarieämbetet och Strömme Turism och Sjöfart, är bristfällig. När det gäller vissa förändringar på området, såsom skyltning som vi i vår enkätundersökning kommit fram till att besökarna saknar, så är det inte Strömme Turism och Sjöfarts uppgift att åtgärda, men Riksantikvarieämbetet uppmuntrar och ser gärna att ett samarbete och egna initiativ sker i frågan.⁵⁸ Detta kan göra en förbättring av bristerna komplicerat och leda till att en utveckling av området är svår att åtgärda. Detta i sin tur påverkar såklart besökarnas upplevelse av Birka.

5.2 Strömme Turism och Sjöfart

År 2007 tog företaget över den publika verksamheten på Birka från Riksantikvarieämbetet. De aktiviteter som ska ske på Birka, samt marknadsföringen för detta, beslutar företaget om. Dock hela tiden i samråd med ämbetet, som vi till exempel nämnde tidigare gällandes bland annat skyltning på området. Detta kan självklart påverka Strömme Turism och Sjöfarts möjligheter att tillgodose besökarnas förväntningar på Birka. Deras mål är att deras besökare ska komma tillbaka till Birka år efter år, men då gäller det förstås att de åtgärdar de eventuella gapen, som presenteras i Gap-modellen, mellan besökarnas förväntningar och upplevelse. Strömme Turism och Sjöfart arbetar väldigt mycket själva med att undersöka besökarnas upplevelser och nöjdhet som ett steg i processen att åtgärda eventuell missnöjdhet.

Den förväntning som Strömme Turism och Sjöfart vill förmedla till sina besökare är att de ska få en genuin upplevelse som bland annat består av att besökarna har möjlighet att prova på vikingatida hantverk eller besöka de rekonstruerade vikingatida husen.⁵⁹

⁵⁵ Riksantikvarieämbetet http://www.raa.se/cms/extern/vart_uppdrag/vart_uppdrag.html (hämtad 2012-04-25)

⁵⁶ Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, (2007), s.20-22

⁵⁷ Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 327-328

⁵⁸ Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Riksantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁵⁹ Forsgren, Andreas, guide och arkeolog, Strömme Turism och Sjöfart. Intervju 2012-05-11

5.3 Enkätundersökningen

5.3.1 Besökarnas förväntningar och upplevelse

Första gapet i Gap-modellen tar upp den lucka som kan uppstå mellan kundens förväntningar och företagets uppfattningar om dessa förväntningar. När företaget inte förstår vad som är viktigt för besökaren och vad den förväntar sig blir det ett problem. Det är därför av stor vikt att företaget försöker förutse besökarnas förväntningar för att kunna motsvara dessa. Lyckas företaget med detta ges en upplevelse som motsvarar eller överstiger besökarnas förväntningar.⁶⁰

I vår enkätundersökning framkom det att en stor del av besökarna hade förväntat sig att få en större kunskap om vikingarna och tiden de levde i. Vidare låg förväntningarna på att uppleva naturen, se gamla hus, fornlämningar, guidad tur och få gå på museum. Detta tycker vi överrensstämmer med de mål som både Riksantikvarieämbetet och Strömma Turism och Sjöfart presenterar då de båda vill leverera en genuin och lärorik upplevelse.

De förväntningar som inte motsvarades var få, och de vi kan utläsa i enkätundersökningen är dålig information på andra språk samt antalet aktiviteter. Detta tycker vi tyder på att Strömma Turism och Sjöfart lyckas bra med att minimera Gap 1 mellan sig själva och besökarna.

5.3.2 Vad var besökarna mest respektive minst nöjda med över sitt besök på Birka

Här kommer vi in på Gap 3 som kan uppstå mellan den utformade och den utförda tjänsten inom ett företag. Kanske har företaget utformat en upplevelse på ett sätt som inte besökaren är nöjd med. Det kan till exempel röra sig om att personalen inte utför sina arbetsuppgifter på ett sätt som tillfredsställer besökaren.⁶¹

I undersökningen kan man utläsa att den guidade turen och landskapet var de saker som besökarna var överlägset mest nöjda med. Detta tyder på att Strömma Turism och Sjöfart lyckats med att anställa personal som har en god kompetens och lyckas uppfylla den delen av besökarnas förväntningar till fullo.

Dock fanns ett missnöje med museet som är ett gap som Riksantikvarieämbetet och Strömma Turism och Sjöfart bör jobba med att förbättra. Ytterligare missnöje fanns över att de rekonstruerade husen var låsta och att ingen personal fanns på det området. Detta förklaras dock med att besökarna var där under lågsäsong och således var inte den delen öppen ordenligt vilket den annars är. Det största missnöjet bland besökarna var vädret men detta är ingenting Strömma Turism och Sjöfart i sig kan påverka då det är en extern orsak.

⁶⁰ Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 327-328

⁶¹ Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 329-330

5.3.3 Besökarnas önskemål för en bättre upplevelse

I det femte gapet visar sig resultaten av de tidigare gapen. ⁶²Strömma Turism och Sjöfarts mål är att hålla en hög nivå på sin besöksattraktion för att motsvara besökarnas förväntningar. I de tidigare gapen som vi diskuterat anser vi att de lyckas bra med att minimera de gap som kan uppstå. Dock framkom det i vår enkätundersökning en del önskemål om förbättringar av Birka som upplevelse. Bland dessa finns förslag på fler aktiviteter, fler informationsskyltar, bättre transportmöjligheter, lägre biljettkostnader och mer tid på ön. Detta är förslag som vi anser att Strömma Turism och Sjöfart bör ha i åtanke för att i större grad kunna motsvara besökarnas förväntningar och faktiska upplevelse.

Dock är det inte alltid möjligt för Strömma Turism och Sjöfart att åtgärda eventuella missnöjen från besökarna på eget initiativ, ibland är det inte deras uppgift utan Riksantikvarieämbetets. Världsarvskommittén har arbetat fram ett verktyg, *Periodic reporting*, för att utvärdera världsarvsområdena. Detta innefattar bland annat en mängd olika frågor för Riksantikvarieämbetet att besvara. Det sker vart sjätte år och är ett måste för Riksantikvarieämbetet som ansvarar för förvaltningen. Denna rapport och utvärdering sker i samarbete med bland annat Länsstyrelsen, Ekerö kommun samt kommersiella aktörer. De hot och brister som man kommer fram till ligger sedan till grund för en handlingsplan för området. Efter telefonintervju med Lena Johansson på Riksantikvarieämbetet har vi förstått att planer på att till exempel åtgärda problemen kring skyltning finns, men externa orsaker som har att göra med statens fastighetsinnehav har tillfälligt satt stopp för detta. ⁶³

Detta gör att det i viss mån blir svårt för Strömma Turism och Sjöfart att tillgodose och åtgärda vissa av de förväntningar och förbättringar som besökarna gärna ser. Vi upplever att gränserna kring uppdelningen av de olika ansvarsområdena gällande utvecklingen och driften av Birka delvis är något oklara. Att utveckla området som besöksattraktion blir därför svårt, då Riksantikvarieämbetets prioriteringar inte alltid överrensstämmer med Strömma Turism och Sjöfarts visioner som ett vinstdrivande företag.

5.3.4 Besökets helhetsintryck

Enligt Lars Sörqvist så grundar sig graden av besökarens nöjdhet främst på en inre uppfattning om tänkta upplevelse. När en besökare bedömer en upplevelse så skiljer den sig oftast från företagets tänkta förväntningar för besökaren. I den delen av undersökningen som vi frågade om besökarnas helhetsintryck anser vi att de fått svara på en fråga som gäller den globala kundtillfredsställelsen, vilket innebär att bedöma alla delar av upplevelsen som en helhet. Det finns även skillnader på hur besökarna grundar sin kundtillfredsställelse, antingen är den ackumulerad eller så är den transaktionsspecifik. Det förstnämnda innebär att man baserar sin helhetsupplevelse på flera besök, vilket i vår undersökning enbart tre personer hade gjort. Däremot grundar hela 29 personer av de besökande sin helhetsupplevelse på en transaktionsspecifik kundtillfredsställelse då det är deras första besök på platsen. ⁶⁴

⁶²Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, (01), s. 329-330

⁶³Johansson, Lena, samordnare i förvaltningsrådet, Riksantikvarieämbetet. Telefonintervju 2012-05-02

⁶⁴ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 33-34

Detta innebär att de flesta av deltagarna i vår enkätundersökning inte är färgade av tidigare besök och således grundar sina förväntningar på andra faktorer såsom marknadsföring och reklam, image och rykte, betydelse och intresse samt tredjepartsinformation. I enkätundersökningen framgick det att de allra flesta hört talas om Birka genom skolan, bekanta och media. Alltså tredjepartsinformation som innefattar media, släkt och vänner, lärosäten och liknande.⁶⁵

I enkätundersökningen kan man utläsa att fjorton av besökarna tyckte att deras upplevelse överträffade förväntningarna. Detta trots att vi tycker att besökarna ändå upplevt mer eller mindre exakt vad de förväntat sig. Detta resultat tyder på att de varit med om en kontrasteffekt vilket innebär att den faktiska upplevelsen förstärks om den är positiv och upplevs som bättre än den faktiskt var.

Femton hade förväntningar som exakt motsvarade deras upplevelse medan två hade förväntat sig mer än vad de faktiskt upplevde. En person visste inte. De två som haft en negativ upplevelse innefattas även de av kontrasteffekten. Om besökaren haft en förväntning som inte motsvaras upplevs resultatet av besöket som sämre än vad det faktiskt var.⁶⁶

Vårt syfte med undersökningen var att jämföra förväntningar och faktiska upplevelser på Birka, dels från arrangörernas sida och dels från besökarnas sida. Vi anser att resultatet som framgår i vår analys visar att besökarnas förväntningar överrensstämmer med den upplevelse som både Riksantikvarieämbetet och Strömme Turism och Sjöfart vill ge till sina besökare. Förväntningarna besökarna hade inför Birka jämfört med den faktiska upplevelsen var till största delen positiv. Hela 14 fick sina förväntningar överträffade och för 15 av besökarna var upplevelsen exakt vad de förväntat sig. Enbart två upplevde besöket på ett negativt sätt i jämförelse med förväntningarna. Detta tycker vi visar att Strömme Turism och Sjöfart och Riksantikvarieämbetet lyckas med att uppnå de mål och förväntningar de vill ge till sina besökare.

5.4 Slutdiskussion

Under arbetet med denna undersökning har vi förstått att definiera begreppet förväntning inte är en lätt uppgift då det kan ha många olika förklaringar. Simon Winter diskuterar i sin avhandling om *Förväntningar och kognitiv forskning* faktorer som påverkar förväntningarna. Några punkter han tar upp är löften, konsekvenser, tecken, associationer och begrepp. Listan kan göras ännu längre då faktorer som sammanhang, planer, relationer och hot också är av relevans. Vårt syfte har inte varit att utveckla Birka som besöksmål, men om ett företag ämnar förbättra en upplevelse så anser vi att det är av vikt att definiera förväntningar mer ingående. Detta för att kunna undersöka dem på bästa sätt och få en bättre förståelse för resultaten i en mätning.

⁶⁵ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 37-38

⁶⁶ Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, (00), s. 35-36

I vår undersökning har det framkommit en del information om det komplexa samarbetet mellan förvaltningen av Birka, som Riksantikvarieämbetet står för tillsammans med Ekerö kommun och Länsstyrelsen, och Strömme Turism och Sjöfart som håller i den publika verksamheten. Gränsen för vem som ska/bör göra vad är många gånger ganska oklar och leder till en nyfikenhet att utforska vidare. De förbättringar vi har sett att besökarna önskar ske leder till en hel del tankar kring driften av Birka. Då Strömme Turism och Sjöfart är ett vinstdrivande företag förstår man att de inte vill göra investeringar som inte genererar intäkter. Då besökare kan ta sig till Birka på egen hand och utforska området innebär det att vissa investeringar, så som en bättre skyltning på området för att förbättra besöksmålet, inte sker då alla besökare inte genererar en inkomst.

I fallet med just skyltningen på området berättar Lena Johansson att det ligger på Riksantikvarieämbetets ansvar att genomföra detta, men då fokus eller budget ej ligger på Birka i dagsläget så kommer detta inte att ske. Inte heller är det säkert att Strömme Turism och Sjöfart får stå kvar som ansvariga att driva den publika verksamheten då kontrakt upphandlas om denna "uthyrning". De slutsatser vi kan dra av detta är att det kan vara en komplicerad uppgift att ha ett väl fungerande samarbete mellan ett statligt ämbetsverk och ett vinstdrivande företag, speciellt på ett område som Birka som omfattas av så många regler och restriktioner i och med att området är en fornlämning. Svårigheter i ett sådant samarbete kan även leda till att det inte går att öka eller förbättra kundnöjdheten då det inte alla gånger är möjligt eller ligger i samarbetspartnerns intresse. Detta glapp som uppstår tycker vi skulle vara intressant för vidare forskning.

Källor och litteratur

Bergman, Bo och Klöfsjö, Bengt, *Kvalitet från behov till användning*, Lund, Studentlitteratur, 2007.

Bryman, Alan, *Samhällsvetenskapliga metoder*, Malmö, Liber ekonomi, 2002.

Mossberg, Lena, *Att skapa upplevelser - från OK till WOW*, Lund, Studentlitteratur, 2003.

Sörqvist, Lars, *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*, Lund, Studentlitteratur, 2000.

Zeithaml, Valeri, Bitner, Mary och Gremler, Dwayne, *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm*, The McGraw- Hill Companies, Singapore 2009.

Akademiska avhandlingar

Höglund, Jenny och Lorentzon, Arvid, *Friluftsliv och evenemang – En studie av besökarnas förväntningar och upplevelser*, lic.-avh. Mittuniversitetet, 2010

Jameleddine, Leila, *Kundtillfredsställelse – En studie om studentens nöjdhet*, li.-avh. Högskolan på Gotland, 2010.

Sjöberg, Gustav, *Besökare på Gotland- En studie av relationen mellan förväntningar och upplevelser*, lic.-avh. Uppsala Universitet, Forskarskolan i Geografi, 2011.

Winter, Simon, *Förväntningar och kognitionsforskning* lic.-avh. Lunds Univeristet, 1994.

Rapporter

Riksantikvarieämbetet, *Förvaltningsplan för världsarvet Birka och Hovgården*, 2007

Turismens begreppsnyckel, Turistdelegationen, 1995

Muntliga källor

Lena Johansson, handläggare och samordnare Birka och Hovgården, Riksantikvarieämbetet, 2 Maj 2012 och den 29 Maj.

Andreas Forsgren, guid och arkeolog, Strömma Turism och Sjöfart, den 11 Maj 2012.

Internetkällor

Riksantikvarieämbetet 2012

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/sevardheter/birka_och_hovgarden/birka_och_hovgardens_historia.html

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv/birka_och_hovgarden.html

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/birka/birka.html

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv_i_sverige.html

http://www.raa.se/cms/extern/vart_uppdrag/vart_uppdrag/var_historia.html

http://www.raa.se/cms/extern/vart_uppdrag/vart_uppdrag.html

http://www.raa.se/cms/extern/se_och_besoka/varldsarv/birka_och_hovgarden.html

Nationalencyklopedin

http://www.ne.se/sve/förväntan?ih_word=f%c3%b6rv%c3%a4ntan

Strömma 2012

<http://www.stromma.se/sv/Birka/ATT-GORA/>

<http://www.stromma.se/sv/Stromma/TopTopMenu/Om-oss/>

http://www.allabolag.se/5560515818/Stromma_Turism_och_Sjofart_AB

<http://www.stromma.se/sv/Stromma/TopTopMenu/Om-oss/Vara-varumarken/Birka-tom/>

Svenska Akademiens Ordbok 2012

<http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>

<http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>

UNESCO

<http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>

Bilagor

Bilaga 1

Enkätundersökning om ditt besök på Birka

Ringa in ditt svar.

Kön?

Tjej

Kille

Ålder?

1-12

13-19

20-30

31-40

41-50

51 – 60

61+

Sysselsättning?

Studerande

Arbetande

Pensionär

Övrigt: _____

I vilket syfte har du besökt Birka?

Skolutflykt

Nöje

Studier/Forskning

Arbete

Övrigt: _____

Hur många gånger har du besökt Birka?

Är du nöjd med ditt besök på Birka?

Inte alls nöjd

Lite nöjd

Nöjd

Mycket nöjd

Långt över mina förväntningar

Vad var du mest nöjd med under ditt besök på Birka?

Vad var du minst nöjd med under ditt besök på Birka?

Vad anser du skulle göra Birka bättre som besöksmål?

Mer aktiviteter
service

Levande underhållning

Bättre transportmöjligheter Bättre

Övrigt: _____

Var det någonting som inte motsvarade dina förväntningar?

Hur hörde du talas om Birka?

Genom skolan

Media (Tv/Internet)

Bekanta

Turistinformation

Övrigt: _____

Om du fick vara med och påverka en utveckling av Birka, vad skulle du göra då?

Bilaga 2

Survey over your visit to Birka

Circle your answer.

Gender?

Male Female

Age?

1-12 13-19 20-30 31-40 41-50 51 – 60 61+

Occupation?

Student Working Retired

Other: _____

For what purpose have you visited Birka?

School excursion Leisure Studies/Research Work

Other: _____

How many times have you visited Birka?

Are you satisfied with your visit to Birka?

Not at all satisfied A little satisfied Very satisfied

Far exceeded my expectation

What did you like the most with your visit to Birka?

What were you least happy with during your visit to Birka?

What do you think would make Birka better as a destination?

More activities Live entertainment Better transport options

Better service

Other: _____

Was it something that didn't meet your expectations?

How did you hear about Birka?

From school Media (TV/Internet/Paper) Thru friends Touristinformation

Other: _____

If you could have a voice in the development of Birka, what would you do?

Bilaga 3

Här vill vi se i vilken grad dina förväntningar överrensstämmer med din faktiska upplevelse på Birka. Kryssa i det alternativ som stämmer bäst in på dig, i båda kolumnerna.

1 = Inte alls, 5 = I mycket stor utsträckning

Jag förväntade

Jag upplevde

		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	Ett brett utbud av aktiviteter											
2	Nya spännande aktiviteter att prova											
3	Väl genomförda aktiviteter											
4	Intressant och givande guidad visning											
5	Att guiderna var väl förberedda											
6	Att lära mig någonting av mitt besök på Birka											
7	Att personalen ger mig god service											
8	Lätt att hitta på området/ Bra information											
9	Bra utbud på mat											
10	Att resans helhetsintryck är bra											

Tack för din medverkan!!
/Jacob Seifors och Lisa Enochson

Bilaga 4

Here we would like to see the degree to which your expectations correspond with your actual experience at Birka. Tick the option that best applies to you, in both columns.

1 = Not at all, 5 = To a very large extent

I expected

I experienced

		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	A wide range of activities											
2	Exciting new activities to try											
3	Well conducted activities											
4	Interesting and rewarding tour											
5	The guides were well prepared											
6	To teach me something of my visit to Birka											
7	The staff gives me good service											
8	Easy to find in the area / Good Information											
9	Good selection of food											
10	The trip overall impression is good											

Thank you for your participation!
/Jacob Seifors och Lisa Enochson

Bilaga 5

Transkribering av telefonintervjuintervju med Lena Johansson utförd den 2 Maj 2012 klockan 13.35.

Utförd av Lisa Enochson. Längd: 11 min 54 sek

Lena: Riksantikvarieämbetet Lena Johansson

Lisa: Ja hejsan det var Lisa Enochson här från Södertörns Högskola.

Lena: Hej.

Lisa: Hejsan. Det var jag som tänkte göra den här lilla telefonintervjun med dig nu.

Lena: Just det. Det var väl bra.

Lisa: Ja. Precis, det funkar bra? Du har tid nu och så eller?

Lena: Ja, det går bra.

Lisa: A vad härligt. Vi har ju då som syfte för vår uppsats här då att undersöka själva organisationen kring Birka, hur det ser ut och sådär och framförallt kolla på hur dom besökande har för uppfattning på platsen för att sen se om det finns något behov av utveckling och liknande. Men jag tänkte börja med att kolla om kanske du vill presentera dig själv och vilka dina arbetsuppgifter är?

Lena: M. Jag jobbar ju på Riksantikvarieämbetet därå och är den som har ansvar för den publika verksamheten som vi fortfarande har kvar på Birka och Hovgården. Som du säkert känner till då så hyrde ju riksantikvarieämbetet ut, kan man säga, Birka, några byggnader och bland annat då museet och mark och sånt som ligger på *Ångholmen*, den yttersta delen i entrézonen till Birka hyrde vi ut 2008 till Strömman tursim och Sjöfart. Och då, i samband med att vi hyrde ut det så har vi fortfarande kvar vissa saker som publikt ansvar när det gäller Birka, framför allt då, och då är det utställningarna i Birka museet, och vi har också hand om den lekmiljön som finns på Birka och sen lite annat då, lite publika åtaganden så att säga och sen har vi naturligtvis huvudansvaret och så men det är Strömman som fortfarande, det är dom som bedriver den publika verksamheten ute på ön.

Lisa: Ja precis. Vilka är det som äger marken?

Lena: Det gör staten.

Lisa: Det är staten. A okej.

Lena: Mmm.

Lisa: För som jag har förstått så sitter du i det här förvaltningsrådet.

Lena: Ja det stämmer.

Lisa: Vad har ni för uppgifter där då?

Lena: I förvaltningsrådet?

Lisa: Ja.

Lena: Förvaltningsrådet är en samrådsplattform kan man säga. Riksantikvarieämbetet förvaltar ju Birka och Hovgården för statens räkning. Men när det gäller skyddet utav ett världsarv och driften utav ett världsarv så är det även Länsstyrelsen och Ekerö kommun har ett ansvar också när det gäller, alltså rent lagmässigt att se till att skyddet kring världsarvet fungerar. Så att förvaltningsrådets roll är väl egentligen att samordna att insatser från flera olika myndigheter och flera olika aktörer gör. Men förvaltningsrådet är ingen juridisk enhet kan man inte säga utan det är egentligen består utav de här tre myndigheterna så att vi försöker samordna verksamheten så gott det går kan man säga i förvaltningsrådet.

Lisa: Jag läste att ni hade en del utvecklingsområden som ni fokuserade på inom det här rådet.

Lena: Ja.

Lisa: Vad är era huvudfokus just nu? För just Birka då.

Lena: Just nu så är huvudfokuset egentligen att .. Menar du förvaltningsrådets huvudfokus så att säga?

Lisa: Ja precis.

Lena: Ja. Förvaltningsrådet huvudfokus är framförallt att göra varje, var sjätte år så gör alla världsarven i Sverige, ska, eller över hela världen för den delen, ska göra något som heter *periodic reporting*, där man följer upp tillstånden i världsarven på, och redovisar till UNESCO.

Lisa: Mm.

Lena: Och en sån redovisning ska vi nu under 2012 göra för att den ska då skickas in till Unesco i början på nästa år. Det är ett utav huvudfokuserna, men det gäller mer förvaltningsfrågor då. Sen ett annat huvudfokus vi har det är att utveckla Hovgården som besöksmål, inte Birka, utan mer Hovgårdsdelen då. Och sen har vi också fokus på att försöka, eller vi ska inte försöka utan vi ska revidera den förvaltningsplan för Birka och Hovgården som går ut då 2012, så under året kommer också att utarbetas en ny förvaltningsplan så det kan man väl säga är huvudfokus just nu då, dom frågorna.

Lisa: Okej. När ni utvecklar Hovgården, hur ser det ut? Hur går planeringen där?

Lena: Ja. Har du sett handlingsprogrammet? För det finns ett särskilt handlingsprogram för Hovgårdens utveckling som ligger på våran hemsida och på Ekerös kommuns hemsida också.

Lisa: Okej. Nej det har jag inte.

Lena: Om du mot all förmodan inte hittar den så kan du mejla mig så ska jag, kan jag skicka över den till dig.

Lisa: Absolut.

Lena: Just nu är jag ute och reser lite men i så fall kan jag skicka det på måndag.

Lisa: Mm.

Lena: Men i alla fall, för att dra det kort så är det såhär att Birka och Hovgården blev ett världsarv 1993 och det var också i samband med att Birka blev väldigt väldigt känt tack vare arkeologiska undersökningar, det var också väldigt mycket medial uppmärksamhet på Birka, program Vetenskapens värld och tv och det var otroligt mycket fokus på Birka tack vare dom här stora utgrävningarna. Då byggdes Birka museet och vi blev också ett världsarv och det var en otrolig publikansamling som kom, det var uppemot 100 000 turister som kom till Birka. Då kan man väl säga att det blev lite snedfördelning när det gäller den publika verksamheten i världsarvet, allting blev ju fokuserat på Birka och Hovgården då som är en minst lika viktig del i världsarvet, fast som ligger på andra sidan sundet blev väldigt bortglömt och åsidosatt kan man säga. Så att vi har sen 2008 jobbat ganska mycket med att försöka få även Hovgården att fungera som ett besöksmål. Då när det gäller logistik, att man ska kunna komma dit, det ska finnas parkeringsplatser runt omkring, det ska finnas skyddsprogram, det ska finnas vettiga tidtabeller för båt och buss och allting sånt där som gör att man kan ta sig till Hovgården, också en presentation kring Hovgården. Den enda skillnaden kan man väl säga mot Birka/Hovgården var att när Birka etablerades som besöksmål -93 så hade ju riksantikvarieämbetet fortfarande ganska uttalad roll att driva egen publik verksamhet i världsarven. Men det har vi inte längre, utan vi har ju helt andra uppdrag när det gäller kulturmiljöer, så att, och i där ligger bland annat då att låta andra aktörer bedriva publik verksamhet inom världsarv såväl som kulturmiljöer. Och i den strategin ligger även i linje med vad Ekerö kommun vill och vad Länsstyrelsen vill så att det vi gör vid Hovgården kan man säga att vi skulle gärna vilja, vi ser gärna att det blir en besöksmålsutveckling men vi

kan inte göra det med egna, med egen drift, utan vi försöker att stimulera då kulturarvsentreprenörer till att följa, driva verksamheten i världsarvet. Förstår du hur jag menar då?

Lisa: Absolut. Ja.

Lena: Ja. Så det är väl den skillnaden egentligen, alltså, det är en ganska stor skillnad för det gör att vi måste ju göra helt andra insatser. -93 så byggde vi ett museum så att säga och så satte vi igång och driva verksamhet. Nu handlar det mer om att stimulera privata intressenter, aktörer, organisationer, föreningar liksom till att driva verksamhet och också kanske ge dom stöd på olika sätt då. Kan man säga.

Lisa: Mm. Absolut. Sen tänkte jag... Jag vet inte om du kan svara på det, men jag har setat och läst om Birkas historia. Sen står det hela tiden att det var ju en kung på 700 talet, som var där mitt över sundet, men det står inte vem han var, och det verkar inte finnas några direkta uppgifter. Vet du någonting om det?

Lena: Nej alltså det är ingen som vet vem kungen var.

Lisa: Okej.

Lena: Det var ju inga. Sverige var ju ingen nation på 700 talet.

Lisa: Nej.

Lena: Det fanns ju inte. Utan man kan säga att inom riket, eller inom det som skulle bli Sverige så fanns det ju många olika furstar kan man väl säga. Så att den, Hovgården då, troligtvis så var den fursten nån form utav relation till gamla Uppsala och hela Uppsala ö och den, liksom den, det maktcentrat som var kring Uppsala. Man vet att det finns en koppling, eller en trolig koppling då mellan gamla Uppsala och Birka att det liksom är samma släkt och sådär men exakt vad kungen heter och så det vet vi faktiskt inte.

Lisa: Okej. Stämmer det även att ingen av de här kungahögarna har blivit arkeologiskt undersökta?

Lena: Nej dom är faktiskt inte utgrävda. Inte undersökta på annat sätt heller än så länge.

Lisa: Okej, finns det några planer på det?

Lena: Det är mera en folktradition runt omkring där.

Lisa: Okej, och det finns inga planer på att göra det heller?

Lena: Nja alltså det som pågår inom världsarvet det är ett försök med att undersöka stora såna här ytor, arkeologiska ytor, med icke förstörande arkeologi, det vill säga såna här markradar och geoscanning. Och det finns ett projekt inom världsarvet sen förra året, ett fyra årigt projekt då som ska gå över hela världsarvsområdet med den här typen utav teknik då.

Lisa: Okej.

Lena: Men exakt om det kommer omfatta högarna eller inte, det vet jag inte, för jag kan inte så himla mycket om just, jag vet inte riktigt hur långt ner man kan se med dom här markradarna, om man kan gå över dom på dom här stora kullarna eller inte, men jag vet att även Hovgården då ska naturligtvis då undersökas och inte bara Birka.

Lisa: A. Spännande. Men såna här undersökningar och liknande, kommer det ut så att man själv kan få ta del av eller, i någon slags rapporter eller liknande?

Lena: Ja. Alltså det här projektet då är ett projekt som *Ludvig Bondsman institutet* bedriver, ett tyskt företag, men dom har också då, och i det projektet så ingår då, jag tror att det är sju eller nio olika platser i Europa som dom undersöker med den här typen av teknologi.

Lisa: Okej.

Lena: Varav ett är Birka/Hovgården. Så man kan säga att den svenska parten tillsammans med *Ludvig Bondsman institutet* det är svenska UD.

Lisa: Mm.

Lena: Och dom har ju sagt att i sin projektplan att dels ska man undersöka för att pröva ut den

här teknologin då men det ska också bli någon form utav publikation kring det.

Lisa: Ja. Absolut.

Lena: Ja, det har lite dubbelt syfte den här undersökningen, dels, det är ju självklart då liksom att se resultatet men också väldigt mycket fokus på att pröva ut den här teknologin och se hur, om den funkar eller inte funkar, den är ändå ganska ny än så länge i Sverige.

Lisa: Okej. Det blir ju spännande att se, då får man hålla ögonen öppna lite grann.

Lena: Ja.

Lisa: Jo men jag tror att nu har vi fått en liten uppfattning om vad du gör, och vad ni gör och lite så där. Jag ska kolla över det här lite grann och sen om jag kanske skulle ha några ytterligare frågor så kanske jag kan ta dom på mejl till dig?

Lena: Du får gärna mejla till mig, men ha lite tålamod då för det är just nu denna veckan och nästa vecka är det ju ganska mycket men sen kommer jag vara mer stationär vid datorn och sånt igen då.

Lisa: Absolut. Vi förstår ju det och vi tackar så hemskt mycket för att du tog dig tid.

Lena: Ja. Men sök gärna efter den här handlingsprogrammet också och även förvaltningsplanen för det ligger på nätet.

Lisa: Ja, men det ska jag absolut göra. Jag tackar så mycket för tipsen, och ha en fortsatt trevlig dag.

Lena: Lycka till med jobbet nu dårå.

Lisa: Tack så jätte mycket. Hej då.

Lena: Ja, hej!

Bilaga 6

Transkribering av kompletterande telefonintervju med Lena Johansson, Riksantikvarieämbetet, utförd den 29 Maj 2012.

Lisa: Vi har lite frågor efter att ha läst er handlingsplan samt förvaltningsplan som vi undrar om du har tid att svara på?

Lena: Ja det går bra.

Lisa: Efter att ha läst om de hot/brister och åtgärder som presenteras i förvaltningsplanen så blev vi fundersamma på vems uppgift det är att de åtgärderna utförs på Birka. Är det ni eller Strömme?

Lena: Detta är olika på de olika områdena. Just nu pågår utredningar på statlig nivå om fastighetsinnehavet. I och med detta har åtgärderna blivit försenade. Men när det gäller Hovgården så finns det planer på att förbättra skyltningen från vår sida. Men ej på Birka. Det skulle kosta 1 miljon och det finns inte i vår budget.

Lisa: Men om Strömme själva skulle vilja åtgärda de problemen, skulle ni tillåta det?

Lena: Ja en sådan åtgärd skulle vi uppmuntra. Men självklart skulle vi vilja vara med i utvecklingen av dem och vissa tillstånd skulle behöva sökas och godkännas.

Lisa: Hur har ni kommit fram till alla dessa hot och brister?

Lena: Detta gör vi i samband med den *periodic reporting* som sker till unesco vart sjätte år. Då får vi ett stort häfte med ett antal frågeställningar som ska besvaras. Då är vi många som hjälps åt med detta, bland annat vi, länsstyrelsen, Ekerö kommun samt andra kommersiella aktörer.

Bilaga 7

Transkribering av intervju med Andreas Forsgren, Strömme Turism och Sjöfart, utförd den 11 maj 2012.

Lisa – Presentera dig själv.

Andreas – Jag heter Andreas Forsgren är 34 år och är utbildad arkeolog. Har jobbat på utgrävningar och med föredrag på museer, forntidskollo, kort och gott mycket om forntiden.

Nu jobbar jag som guide på Birka. Birka vill att de som arbetar som guider där är arkeologer.

Lisa - Hur fungerar ert samarbete med Riksantikvarieämbetet? Styr ni mycket av regler och restriktioner?

Andreas - I viss mån, men det måste vi viss mån då det är ett fornlämningsområde, då kan vi inte göra vad som helst. Min personliga åsikt är att det är bra, det ska inte bli något Asterix Vikingaland. Det hör inte hemma vid en fornlämning. Det är begränsat vart vi får bygga, vi får inte nya vikingahus hur vi vill. Men det är inte så jätte styrt hur vi styr den vanliga verksamheten. Vi guider har fria händer att prata, de litar på att vi kan våra saker. Vad Strömme hittar på med vikingabåtar och strids uppvisningar bryr sig inte Ämbetet heller om. Ämbetet äger och förvaltar fornlämningar ute på ön men driver inte den publika verksamheten.

Lisa - Vad är ni ute efter att ge era besökare för upplevelser?

Andreas - Vi vill att besökarna ska ha en sådan genuin upplevelse som möjligt. Varken Strömme eller Ämbetet vill att vi ska ha plathjälmar med vikingahorn. Det skulle vi säkert kunna tjäna mer pengar på, men det är inte det vi vill förmedla. Många amerikanska turister vill ha det så, men det är inte det vi vill förmedla. Utan vi vill ge en genuin upplevelse, det behöver inte betyda en torr och tråkig upplevelse, det går att ha en genuin upplevelse och visa dem fantastiska fornlämningar på ett underhållande sätt kombinerat med upplevelser som vi har senare på säsongen som hantverkare, uppvisningar och marknader.

Lisa - När drar högsäsongen med andra aktiviteter igång?

Andreas - Det vi kallar för högsäsong börjar någonstans av mitten av juni fram till mitten av augusti. Den här sommaren kallar vi för Vikingsommar med olika saker som ska hända. Det kommer till exempel marinbiologer som ska göra undersökningar som man kommer få besöka. De ska visa sina fynd och det brukar folk tycka är jätte kul. Besökarna brukar även få titta igenom våra dumphögar, vi missar en del fynd som de kan hitta, det brukar vara uppskattat. Vi kommer även senare ha skördemarknad med matlagning och matprovning, vi kommer ha visafton med svensk trubadurmusik. Det är mycket som händer, vi försöker marknadsföra Birka på många olika sätt. Alla besökare ska känna att det finns något för dem.

Lisa - För ni statistik över kundnöjdhet?

Andreas - Vad det gäller från oss guider förs det statistik, vi delar ut enkäter. Jag vet inte riktigt hur ofta, men det delas ut både svenska och engelska enkäter. Folk får svara på hur deras upplevelse har varit. Under högsäsong minst en gång i veckan, men nu under lågsäsong mer sällan.

Lisa - Finns det några sådana undersökningar sammanställda från tidigare år som vi får ta del

av?

Andreas - Det vågar jag inte svara på. Det får ni kontakta Veronica om som sitter inne på kontoret, jag är inte på kontoret så ofta.

Jacob - Generellt vad är det besökarna saknar, vill ha mer av?

Andreas - Ja det är några saker. Jag kan ta det vi brukar få negativa åsikter om, det är enklare. Vi har fått några klagomål på priserna i restaurangen, men det beror på att vi är på en ö så det blir svårt med logistiken, därför måste vi ha högre priser. Under lågsäsongen har vi märkt att besökarna gärna vill ha hantverkarna där ute och få prova på att göra något själva.

Skandinaviska besökare vet vad som finns på Birka men tillexempel amerikaner och italienare kan komma ut och förvänta sig stora mäktiga vikingaslott och storslagna katakomber, de har sett för mycket Hollywoodfilmer och när de ser fornlämningarna så blir de missnöjda. Men går de med på de guideade turerna så blir de nöjda ändå. Men går de inte med på de guideade turerna, vilket de flesta gör, blir de missnöjda då de inte riktigt förstår vad det handlar om.

Lisa - För ni statistik över antalet besökare?

Andreas - Det gör vi.

Lisa - Men ska jag kontakta Veronica om det också?

Andreas - Kontakta Veronica om det. Men jag tror det ligger runt 40–50 000 och vi har ju då öppet från början av maj till mitten av september. De flesta kommer från mitten av juni till mitten av augusti.

Lisa - Finns det några visioner om att utöka antalet besökare? Från Strömma sida går det ekonomiskt runt?

Andreas - Strömma har kört nu i fem år med Birka och de två första åren gick Strömma med förlust. Innan dess var det Ämbetet som hade hand om Birka och om de gick plus minus noll det vågar jag inte säga, men efter att Strömma nu har gjort en del förändringar går vi nu med vinst. En stor minus post var restaurangen, man hade höga ambitioner, dels från Ämbetets sida men också från Strömmas sida. Man skulle åka dit för matupplevelsen, men det funkade inte. Det är klart att man ska kunna äta gott, men det är inte därför folk åker till Birka. Men det har rättats till nu.

Lisa - Vad serverar ni för mat?

Andreas - Tidigare har det varit någon Vikingatallrik med rotfrukter och fläskkött. Men i år har vi lite annorlunda. Det ska bli lite mer tematisk mat i år, Vikingamat med en twist.

Lisa - Vad har ni för visioner för framtiden?

Andreas - Vi har som vision att man ska kunna återkomma till Birka år efter år. Lite olika guideade turer, inte samma sak år efter år. Strömma och Ämbetet har samarbetat med högskolan på Gotland med att göra de rekonstruerade vikingatida husen. Dem byggdes 06, 07, 08 och 09. Det ska vi förhoppningsvis fortsätta med, dem är väldigt uppskattade. Vi har också georadar undersökningar som är ett arkeologiskt projekt. Vi guidar folk ner till dem så de får prata med dem som gör undersökningarna. Så det finns otroligt stort potential att göra saker för våra gäster. Som jag nämnde tidigare skördemarknaden visaftonen är något nytt som vi började med förra året och det föll väl ut. I år har vi ett samarbete med Martin Eriksson, alias E-Type, han är ju väldigt vikingatids intresserad och han är ju ett känt ansikte och det är ju alltid bra. Så han ska ha en lek ute vid Birka som heter Sveakampen. Exakt vad det kommer innebära vågar jag inte svara på. Vi försöker att inte göra samma sak år efter år.

Lisa - Är det något mer du känner att du skulle vilja lägga till?

Andreas - Jag måste tänka lite.

Jacob - Om man säger så här, det ni vill ge era besökare, känns det som om besökarna är nöjda med det? Eller vill de ha en annan upplevelse?

Andreas - Nej inte en annan upplevelse. Det är ytterst få som är totalt missnöjda, att det inte

var alls vad de trodde. Men ibland dyker det upp på enkäterna att de hade förväntat sig ett Asterix-vikingaland. Men under lågsäsong, men även under högsäsongen, kan en del vara missnöjda med att det fanns för få aktiviteter. Det kan röra sig om att folk vill ha striduppvisningar eller bågskytte varje dag, men det är inte hållbart för det skulle bli alldeles för dyrt. Men det förstör inte deras dag.

Jacob - Men det finns ändå de som känner att det hade förväntat sig något mer och att de inte vill rekommendera Birka?

Andreas - Ja men det är väldigt blandat. Det är svårt att se något universellt.

Jacob - Jag menar den allmänna känslan.

Andreas - Den allmänna känslan är att de flesta faktiskt är nöjda, men sen är det några som saknar någon liten grej. Men det förstör inte hela deras upplevelse, men de vill gärna prova på bågskytte eller se en striduppvisning.

Lisa - Något mer du vill lägga till?

Andreas - Nej, jag tror det är bra så. Ni får gärna höra av er om ni kommer på några följdfrågor. Ni kan ju ta mitt visitkort.

Jacob och Lisa - Ja tack så mycket.