



UPPSALA  
UNIVERSITET

# Inkluderande, innovativ och cirkulär återanvändning av kulturmiljöer

**Christer Gustafsson**

Uppsala universitet

**Kulturarvsforskning i Sverige 2025**

Stockholm 21 mars 2025



# Getting cultural heritage to work for Europe

**EU:s forsknings- och innovationsstrategi** för kulturarv i Horizon 2020

Tre prioriterade mål:

- **ekonomiska,**
- **sociala och**
- **miljömässiga**

**Rekommenderade åtgärder**, med utgångspunkt i framgångsrika exempel där **kulturarvet har varit en positiv drivkraft för hållbar utveckling.**

**Innovativ användning** av kulturarvet kan ge till ett **smartare, mer inkluderande och mer hållbart samhälle** nu och i framtiden.

**Regionala innovationsstrategier för smart specialisering**



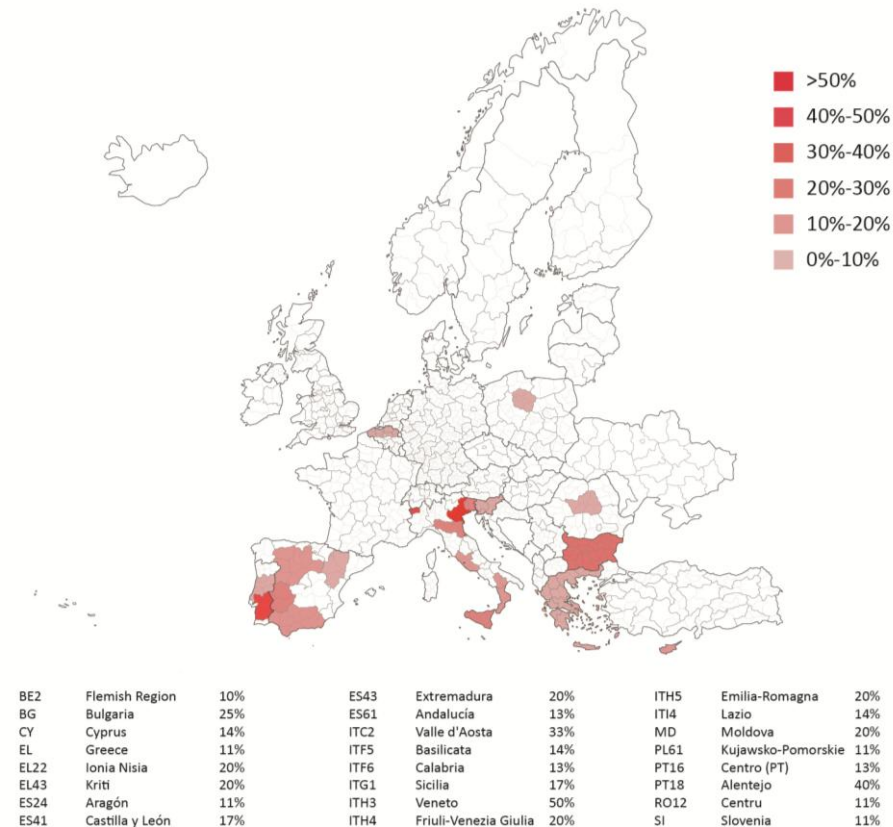
# EU:s sammanhållningspolitik

- Ett av EU:s främsta mål är att stärka den **ekonomiska, sociala och territoriella sammanhållningen** inom unionen.
- För att ta del av EU:s regionalfondsmedel ställer EU-kommissionen sedan 2021 krav på att **varje region** ska ha en **smart specialiseringsstrategi**
- **Analys** av förutsättningarna i länet och innehåller **mål, inriktning och prioritering för det regionala utvecklingsarbetet**.
- Skapa en samlad bild över **regionens tillgångar** och hur dessa bör **utvecklas**.
- **EU:s strukturfonder** – ca en **tredjedel av EU:s budget**

# Kulturarv i regionala utvecklingsstrategier

- Det är **väldigt få regioner** i Europa såväl som i Sverige ger **prioritet till kulturarv och kulturvård**.
- Begreppet kultur nämns oftast i **allmänna ordalag** som något eftersträvansvärt: viktigt för ett demokratiskt, välfungerande samhälle, för identitet och ett aktivt medborgarskap, som attraktivt för att locka boende, samt i diskussioner om mångkulturella dimensioner rörande nysvenskar.
- Sammanfattningsvis kan konstateras att begreppen **kultur** respektive **innovation** är ofta förekommande i samtliga svenska regionala utvecklingsstrategier – men **sällan tillsammans**.
- Begreppen **kulturarv, kulturvård, kulturmiljövård** förekommer i mindre eller **endast liten utsträckning**.
- **Få** som på ett substantiellt sätt visar att man avser nyttja kulturarv som en **strategisk resurs för regional utveckling** - fokuserar mer på bevarande än på utveckling av kulturarv.

# Regionala innovationsstrategier för smart specialisering - Prioritering av kulturarv

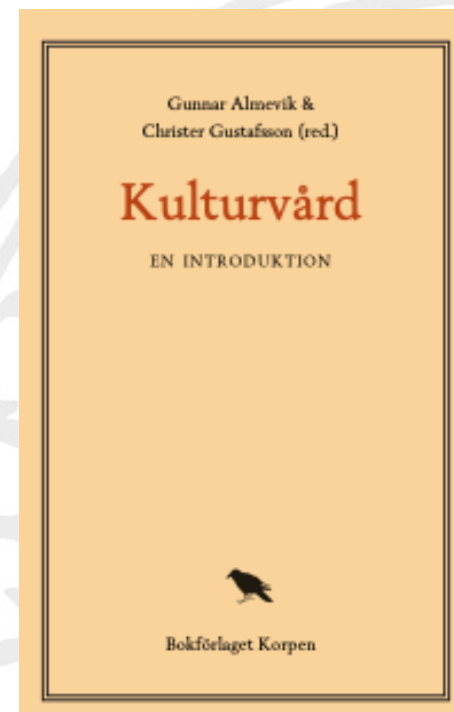


Stanojev, J. and Gustafsson, C. (2019) *Circular Economy Concepts for Cultural Heritage Adaptive Reuse implemented through Smart Specialisations Strategies*

# Kulturvård - ett i grunden omtvistat begrepp

- **Kulturvård handlar om att ta befintliga resurser från det förgångna och med ett medvetet förhållningssätt och på ett långsiktigt hållbart sätt föra det in i framtiden.**
- Kulturvård som disciplin befinner i skärningspunkten mellan **kulturvårdsobjekten** (materiella eller ej), den **mening** som människor tillmäter dessa objekt samt de **professionella praktiker** som utvecklats relaterade till objekten och deras innebörder.

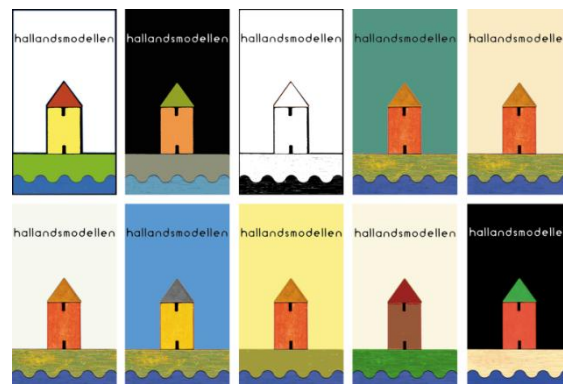
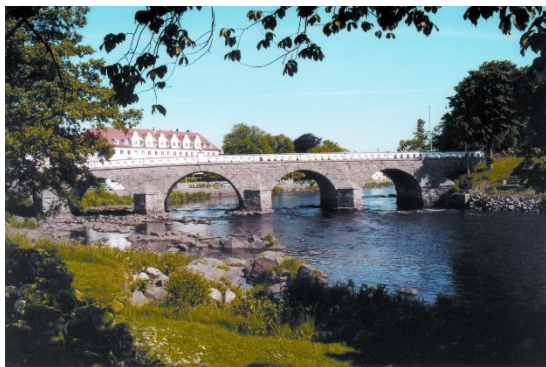
(Wetterberg, 2021)





UPPSALA  
UNIVERSITET

# Hallandsmodellen



hallandsmodellen



# Hallandsmodellen

- Förbereda Halland på nästa högkonjunktur
- Hotade kulturmiljöer
- Sektorsövergripande och systemöverskridande samarbeten
- Aktörers olika:
  - Värden
  - Resurser
  - Politiska målsättningar/affärsmodeller
  - Lagstiftningar







# Hallandsmodellen

- 1 100 byggnadsarbetare utbildade i traditionella tekniker = en tredjedel av alla i regionen
  - Långtidsarbetslösa
  - Lärlingar
  - Nya svenskar utan yrkesbevis
  - Kvinnliga byggnadsarbetare
- 235 nya jobb i de upprustade lokalerna
- 100 k-märkta byggnader restaurerade i Halland, drygt 30 i Östersjöregionen





UPPSALA  
UNIVERSITET

## Kulturvård inte en kostnad för samhället

- investering

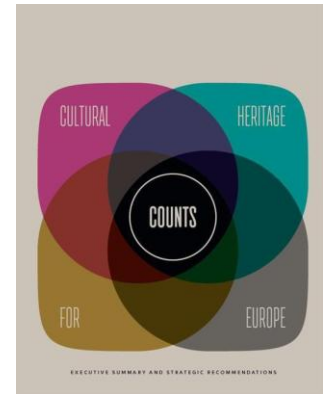
Avkastning på  
investerat kapital

Spill-over effekter

Cross-over effekter



# Spill-over effekter



- Attraktivitet (besökare, talanger och investeringar)
- Identitet och berättelser
- Jobbskapande (byggbranschen, fastighetsmarknaden, turism, kulturella och kreativa branscher)
- Kreativitet och innovation
- Avkastning på investeringar
- Katalysator för kulturarvsledd förnyelse
- Klimatförändringar (adaptiv återanvändning, inbäddad energi)
- Livskvalitet
- Utbildning och livslångt lärande
- Social sammanhållning



# UNESCO Culture|2030 Indicators

## THEMATIC INDICATORS FOR CULTURE IN THE 2030 AGENDA

### ENVIRONMENT & RESILIENCE

- 1 Expenditure on heritage
- 2 Sustainable management of heritage
- 3 Climate adaptation & resilience
- 4 Cultural facilities
- 5 Open space for culture

UNESCO Culture Conventions



- 2.4 Sustainable foodways & agriculture
- 6.6 Water related ecosystems
- 9.1 Quality infrastructure
- 11.4 Cultural & natural heritage
- 11.7 Inclusive public spaces
- 12.b Sustainable tourism management
- 13.1 Climate & disaster resilience
- 14.5 Marine areas conservation
- 15.1 Sustainable terrestrial ecosystems
- 16.4 Recovery of stolen assets

### PROSPERITY & LIVELIHOODS

- 6 Culture in GDP
- 7 Cultural employment
- 8 Cultural businesses
- 9 Household expenditure
- 10 Trade in cultural goods & services
- 11 Public finance for culture
- 12 Governance of culture

UNESCO Culture Conventions



- 8.3 Jobs, entrepreneurship & innovation
- 8.9 Policies for sustainable tourism
- 8.a Increase Aid for Trade
- 10.a Differential treatment on trade
- 11.4 Cultural & natural heritage

### KNOWLEDGE & SKILLS

- 13 Education for Sustainable Development
- 14 Cultural knowledge
- 15 Multilingual education
- 16 Cultural & artistic education
- 17 Cultural training

UNESCO Culture Conventions



- 4.4 Skills for employment
- 4.3 Skills for sustainable development
- 8.3 Jobs, entrepreneurship & innovation
- 9.a Access to information technologies
- 12.a Sustainable consumption
- 13.3 Education on climate adaptation

### INCLUSION & PARTICIPATION

- 18 Culture for social cohesion
- 19 Artistic freedom
- 20 Access to culture
- 21 Cultural participation
- 22 Participatory processes

UNESCO Culture Conventions



- 9.1 Quality infrastructure/equitable access
- 9.a Access to information technologies
- 10.2 Social inclusion
- 11.7 Inclusive public spaces
- 16.7 Participatory decision-making
- 16.10 Fundamental freedoms
- 16.a Prevention of violence
- 16.b Non-discriminatory policies

SDG & TARGETS





# Innovation

Innovation - något **nytt** som är **nyttigt** och blir **nyttiggjort**.

- Omställning till det gröna samhället

Innovation inom kulturarvssektorn

- **Bevara – använda – utveckla**
  - Nya produkter
  - Nya tjänster
  - Nya sätt att organisera oss
  - Nya sätt att driva frågor
  - Nya samarbetspartners
  - Nya finansieringsmöjligheter

En förändring är till **fördel för vissa** och **nackdel för andra**

# Kulturvård skapar nya värden

En plats som bebos av människor har **kulturell livskraft**.

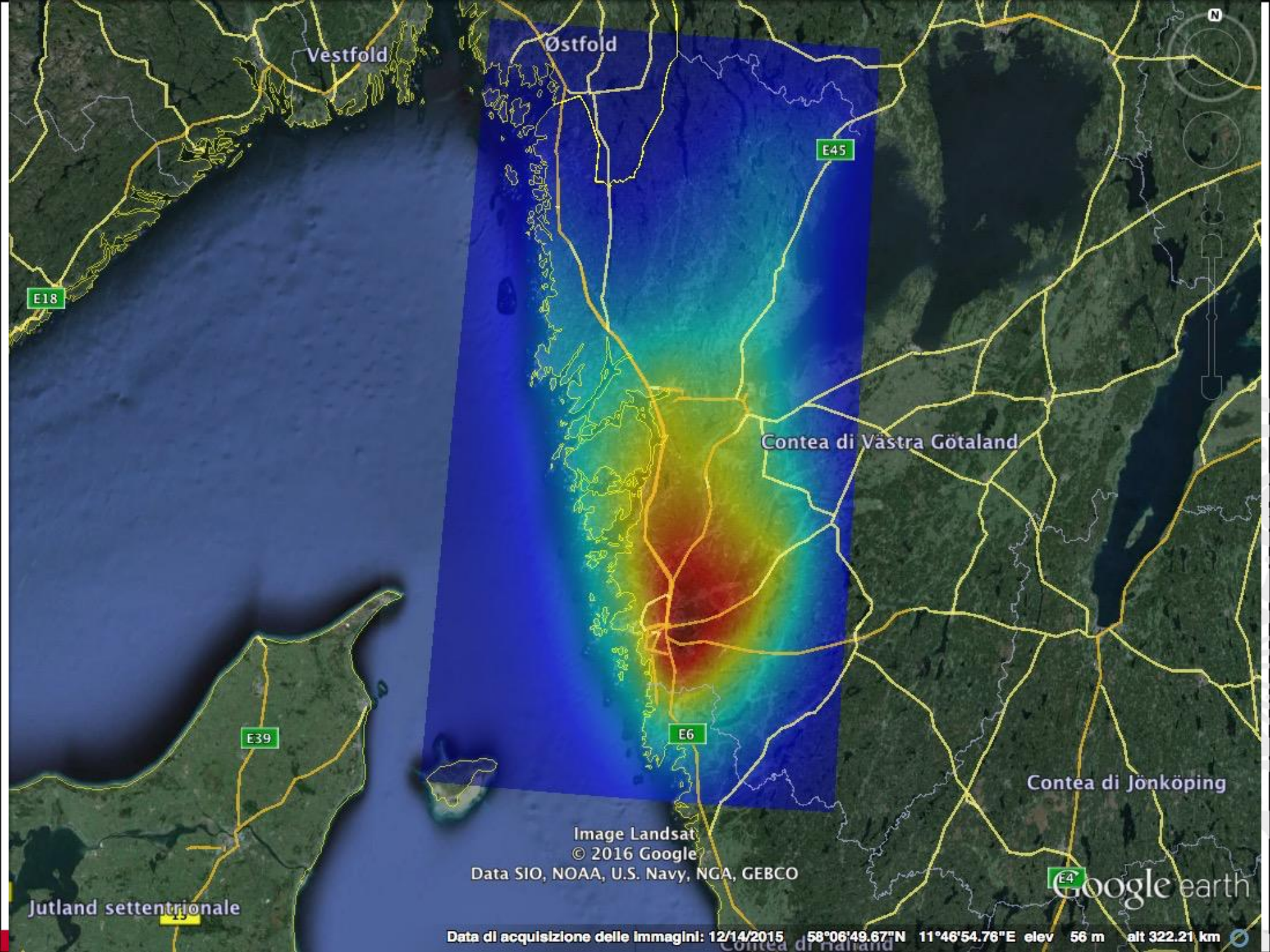
Kultur skapar förmåga att ta itu med **samhällsutmaningar**. Kulturvård och samhällsbildning (Janson, 1974)

Kultur **genererar värde**.

Kulturvård skapar nya värden. Jmf italienskans **valorizzazione** – inte enbart kulturhistorisk värdering.

**Korsbefruktningar**. Kulturvård kan **samverka** med t ex hälsa och välbefinnande, social sammanhållning, innovation och grön omställning. Inte bara som en sidoeffekt eller en spill-over-effekt.

Såväl **med som utan direkt ekonomisk påverkan**.



Vestfold

Østfold

E18

E45

Contea di Västra Götaland

E6

E39

Contea di Jönköping

Jutland settentrionale

Image Landsat  
© 2016 Google

Data SIO, NOAA, U.S. Navy, NGA, GEBCO

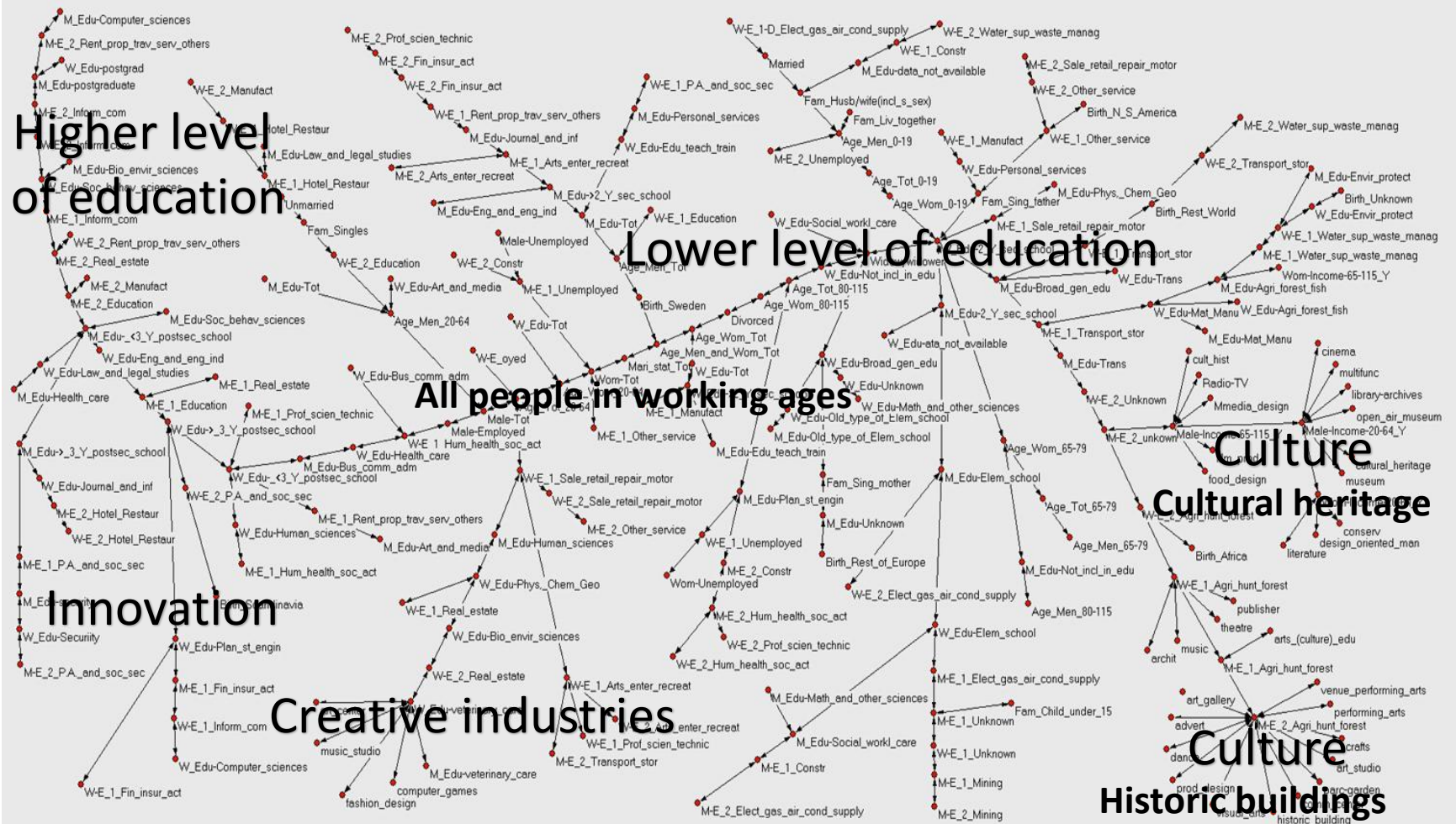
Google earth

Data di acquisizione delle immagini: 12/14/2015 58°06'49.67"N 11°46'54.76"E elev 56 m alt 322.21 km



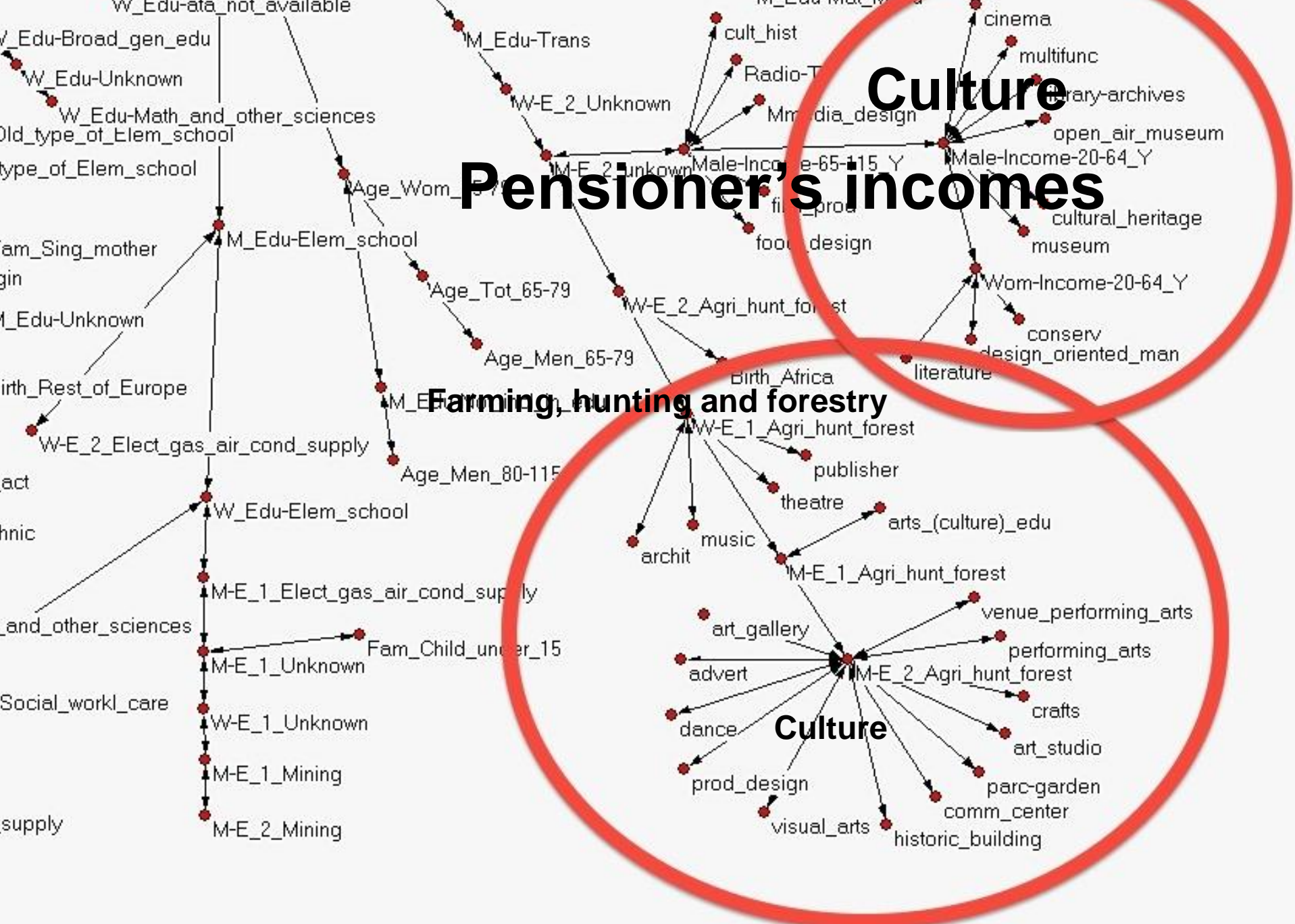
UPPSALA  
UNIVERSITET

# Skaraborg









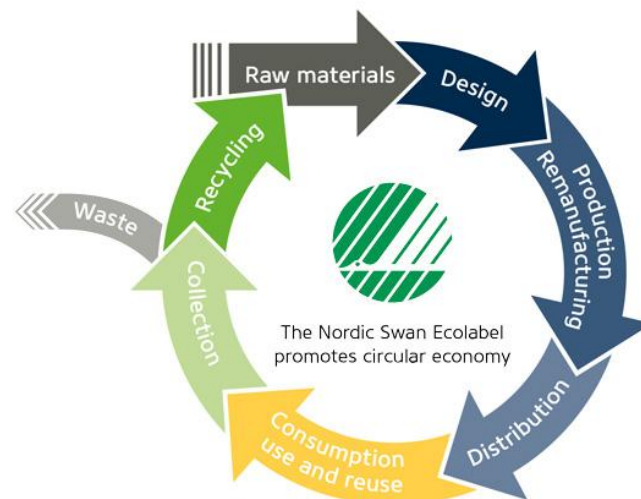
# Cirkulärekonomi och kulturvård

(Luigi Fusco Girard, Antonia Gravagnuolo)

## Cirkulära affärs-, finansierings- och styrmodeller

Den **cirkulära utvecklingsmodellen**:

- **minskad materialanvändning** - vilket **minskar behovet av ny mark** och **nya byggnader**;
- **återanvändning** och delad användning av befintliga varor med nya funktioner;
- **underhåll** av befintliga varor (byggnader, kulturlandskap) för att säkerställa en **längre livslängd**;
- **Energiåtervinning** - tillvarata den inbyggda energin och använda förnybara energikällor;
- **Återskapande av värde** genom användning av delar av befintliga (gamla, historiska) byggnader (renovering/nyttillverkning)..


















# Cirkulära affärsmodeller

## 2. A ROBUST LIFE-CENTRED DESIGN & ACCELERATION PROCESS

### SOCIETAL IMPACT CANVAS

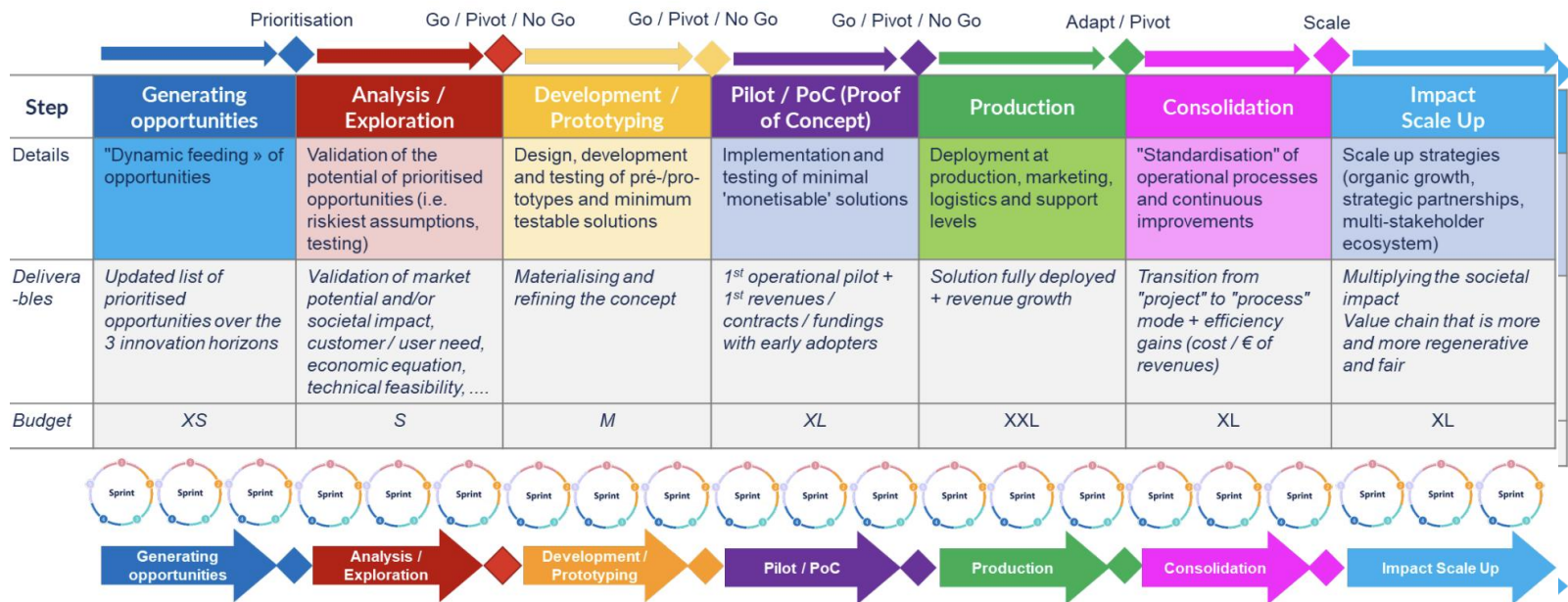
Project : ..... Date : ..... Version : .....

<b>PURPOSE</b> What is our guiding North Star ? What's our Massive Transformation Purpose (MTP) ? What is the expected impact ? How is it connected to our passion, our drivers ? 		<b>VALUE PROPOSITIONS</b> What are the Unique Value Propositions (from functional, societal and/or environmental perspectives) ? How each of them uniquely answers to customers / users / beneficiaries' needs ?		<b>SOCIETAL CHALLENGES</b> Which societal challenges does our project address ? Which SDGs ? Which stakes of the Doughnut Model can we connect my project to ? 	
<b>KEY PARTNERS</b> Who are our main partners ? At which level of the value chain do they connect ? What do they bring that is unique ? Why do they contribute to our success ? What do they expect from us ? 	<b>PROBLEMS (macro &amp; micro)</b> Today, what are the challenges / problems faced by users, beneficiaries, clients to meet their objectives, answer to their needs, seize opportunities ? 	<b>CHANNELS &amp; CUSTOMER REL.</b> How are relationships with users / beneficiaries / customers developed, established and maintained ? Which channels are used to : • get in touch with them ? • make our solution known ? • reach our segments ? • make our solution available ? 		<b>TARGET SEGMENTS (customers / users / beneficiaries)</b> To whom does our solution create value ? What are our customers / users segments ? Who are our early adopters ?	
<b>RESOURCES &amp; ACTIVITIES</b> What are the critical resources (scarce and/or mandatory) required to achieve the solution (Physical, intellectual, human, financial) and run underlying key activities ? 	<b>EXISTING SOLUTIONS</b> Today, how do customers / users / beneficiaries answer to their needs / problems ? 	<b>SOLUTION</b> How is the solution materialized ? How does it concretely look like ? What are its main features / components ? 		<b>REVENUE STREAMS</b> What are the main revenue streams generated by our solution ? What are the recurring financing schemes ? What are customers ready to pay for ? At what price ? 	
<b>COST STRUCTURE</b> What are the main fixed and variable costs of our solution ? 		<b>« -&gt; SOCIETAL IMPACTS « + »</b> What are the negative and positive impacts of our solution ? From social, economical and environmental perspectives ? Which indicators do we use to evaluate these impacts ? 		<b>PROFITS &amp; SURPLUSES ALLOCATION</b> What are the allocation principles for profits / surpluses generated by the solution ? What are they allocated for ? Why ? 	
<b>GOVERNANCE</b> Which principles and signposts that guide decision making, responsibilities / power sharing & distribution, empowerment within the collective ? How are stakeholders integrated in the governance, the implementation and the evolution of the solution ? 					

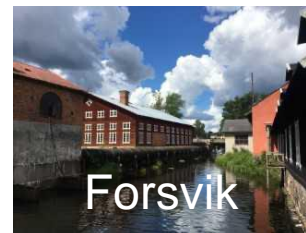
■ DESIRABILITY    ■ VIABILITY  
■ FEASIBILITY    ■ SOCIETAL IMPACT



# Circular business model workshops



Ost, Saleh & Drouille (2020)





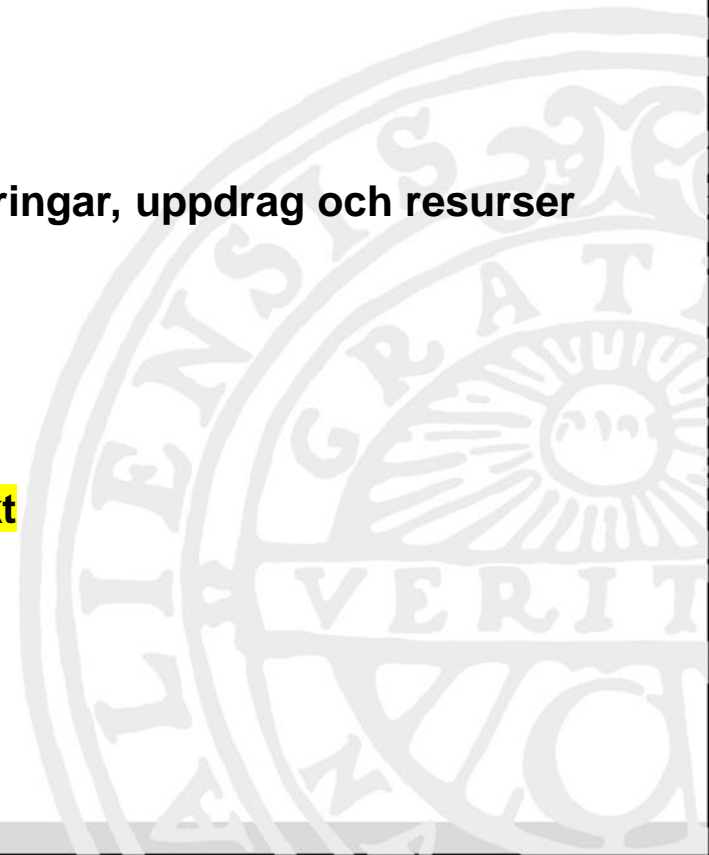
UPPSALA  
UNIVERSITET

# Att ta med sig

Ny kunskap behövs:

- **Kulturvård** i lokala handlingsplaner och regionala innovationsstrategier för smart och hållbar specialisering
- Korsbefruktning i **sektorsövergripande samarbeten**.
- Förhandlingen mellan aktörers olika **intressen, värderingar, uppdrag och resurser**
- Hur kulturvård kan **driva regional utveckling**
- Kulturvård och **cirkulära affärsmodeller**

**Anpassad återanvändning en väsentlig utgångspunkt**





UPPSALA  
UNIVERSITET

Tack för er uppmärksamhet!

[christer.gustafsson@uu.se](mailto:christer.gustafsson@uu.se)

+46701914626

