



Sveriges lantbruksuniversitet
Fakulteten för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap
Område Landskapsutveckling

Besökare och turister på kyrkogården

– synliggör och bevara vårt svenska kulturarv

Visitors and tourists on the cemetery – display and preserve our Swedish cultural heritage

Camilla Höglund



Självständigt arbete/Examensarbete, 15hp, Grundnivå
Landskapsingenjörsprogrammet, Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten, SLU
Examensarbete inom projektet "Miljöaspekter på kyrkogårdsverksamhet", Movium
Alnarp 2010

Besökare och turister på kyrkogården – synliggör och bevara vårt svenska kulturarv

Visitors and tourists on the cemetery – display and preserve our Swedish cultural heritage

Camilla Höglund

Handledare: Åse Brunnström, SLU, Område landskapsutveckling

Examinator: Anna Peterson, SLU, Område landskapsarkitektur

Omfattning: 15hp

Nivå och fördjupning: Grund C

Kurstitel: Examensarbete för landskapsingenjörer

Kurskod: EX0361

Program/utbildning: Landskapsingenjörsprogrammet

Examen:

Ämne: Landskapsplanering

Utgivningsort: Alnarp

Utgivningsmånad och -år: juni 2010

Omslagsbild: Birgit Nilssons grav på Västra Karups kyrkogård. Fotografiet taget av Ivar Modigh.

Serienamn: Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten, SLU

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: kyrkogårdsturism, nätverk, kyrkogårdsförvaltning, besöksnäring, kulturarv, kulturhistoria, network, besökare, kyrkogård, begravningsplats



Sveriges lantbruksuniversitet
Fakulteten för Landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap.
Område Landskapsutveckling

Förord

Som Landskapsingenjör kan man arbeta över ett väldigt brett fält, men många hamnar inom förvaltning av gröna miljöer – antingen inom parkförvaltning eller kyrkogårdsförvaltning.

Min bakgrund innan Landskapsingenjörutbildningen är två turismutbildningar, samt 8 år i resebranschen. Jag kommer ifrån en resande familj och har besökt många intressanta platser i världen. En plats som jag tycker speglar kulturen man kommer till, är den lokala begravningsplatsen. Besöket kan vara flera timmar, som på Arlington, Washington DC, eller på krigskyrkogårdarna längs med floden Kwai i Thailand. De kan också vara mindre än en kvart, som på lokala begravningsplatsen i Soufrie, S:t Lucia, eller i Cancale, Bretagne, Frankrike.

När man reser till ett resmål och har begränsad tid på platsen, vill man vara väl förberedd på vad man *ska se* och vad man *inte får missa*. Då är det enkelt att förbereda sig genom att söka information på internet. Det som inte omnämns på olika samlade sidor, missas lätt av besökaren.

Det är min förhoppning att denna uppsats ska få kyrkogårdsförvaltningarna att se behovet av att organisera sig och gemensamt synliggöra sin del av vårt kulturarv och därmed väcka intresset hos turister och besökare att besöka just dem.

Redan i tidigt skede fick jag många tips och idéer av Ann-Britt Sörensen och Angela Sandell på Movium. Tack vare att de gav mig möjligheten att vara med på rikskonferensen *Publika parker och trädgårdar – kulturarv och turism* fick jag en bra start med viktiga kontakter inför mitt arbete. Under konferensen skapades det nya nätverket *The Swedish Society of Public Parks and Gardens*, där de stora publika trädgårdarna i Sverige gemensamt ska marknadsföra sig ut mot besöksnäringen. Modellen som det nya nätverket ska använda sig av skulle även kunna passa de kyrkogårdsförvaltningar som vill satsa på besökare och turister.

Ett stort tack till de personer som har hjälpt mig på olika sätt att genomföra denna uppsats: Anna Feuk för att hon fick mig att inse att jag ville utbilda mig inom "det gröna", mina föräldrar för korrekturläsning löpande under arbetets gång, min handledare Åse Brunnström för strukturerade instruktioner och god hjälp på traven, Ann-Britt Sörensen och Angela Sandell för värdefulla tips och begränsningar, samt min man och dotter för att ni har stått ut med min frånvaro under arbetets gång...

Sammanfattning

Varför ska man ha besökare och turister på kyrkogårdarna? Denna fråga väcker tankar hos många.

Denna uppsats kommer att visa vad turism egentligen är och varför man bör främja turism på kyrkogårdar och begravningsplatser. Den kommer också att visa hur ett antal kyrkogårdsförvaltningar ser på besökande och även studier i vad besökarna säger om kyrkogårdsbesöken. Utöver detta har ett par sakkunniga inom nätverkande och marknadsföring intervjuats, om sina synpunkter på hur kyrkogårdar och begravningsplatser ska visas upp för omvärlden. I den avslutande diskussionen beskrivs varför författaren anser att kyrkogårdarna bör främja turister och besökare, samt hur författaren tycker att kyrkogårdarnas kulturarv ska föras vidare.

Kyrkogården har haft många användningsområden i historien. Det har varierat från handelsplats, till betesmark, till meditativa parker. På kyrkogårdarna finns ett stort kulturarv, som för många är väldigt anonymt. I en regeringsproposition från 1996 beskriver Göran Persson och Marita Ulvskog hur viktigt de tycker det är att visa upp kulturarvet. Detta för att det inte ska kunna missbrukas i rasistiska sammanhang. De uttrycker att de tycker att det kyrkliga kulturarvet har en stor betydelse för att man ska förstå vad Sverige är och vilken betydelse Sverige har som europeisk nation. Studier i vad besökarna anser om kyrkogården idag och i framtiden, visar att besökarna tycker att det är viktigt med stämningen på kyrkogården och att man vill ha prydliga, ombonade kyrkogårdar. Några besökare påpekar att det känns viktigt att ha en anknytning till kyrkogården i närområdet och då skulle kyrkogårdsturism kunna vara svaret.

Kyrkogårdsturism är ett begrepp som inte uppfattas positivt av alla. Kyrkogårdsturism skulle kunna vara kyrkogårdsvandringar, kyrkogårdskonsserter, utställningar, eller kyrkogårdsteater - sådana aktiviteter ses på med viss nyfikenhet av besökarna. Besökarna tycker dock att det är viktigt med respekten för de avlidna och det känns viktigt att dessa aktiviteter inte förstör stämningen på kyrkogården. Många kyrkogårdsförvaltningar har intresse för att få fler besökare på kyrkogården och flera har guidade kyrkogårdsvandringar av olika slag. Enstaka kyrkogårdsförvaltningar har välbesökta teaterföreställningar, eller dramatiserade kyrkogårdsvandringar. Några kyrkogårdsförvaltningar har inlett samarbete med ortens skolor, där eleverna får utforska kyrkogårdarna på olika sätt. Detta har gjort att kyrkogårdsförvaltningarna upplever ett större intresse för kyrkogården hos besökarna, men även att kyrkogårdsförvaltningarna ser en minskning av vandalismen.

Turistindustrin är tillsammans med oljeindustrin och byggindustrin de största industrierna i världen och är därmed av stor ekonomisk betydelse för samhället. Om kyrkogårdsförvaltningarna kan skapa hållbar turism på kyrkogårdarna, kan detta gynna inte bara kyrkogårdens, utan även ortens ekonomi. Med samarbete med caféer och blomsterhandlare

skulle kyrkogårdarnas besökare kunna spendera pengar som gagnar hela orten. För att inte skapa kulturkrockar och misstro mot turisterna, krävs dock noggrann planering och mycket information till både invånarna och turisterna. Detta även för att de återkommande besökarna inte ska tro att turisterna, eller arrangemangen, brister i respekten för de begravda på kyrkogården.

Ett sätt att nå turister och besökare till kyrkogårdarna, är att kyrkogårdarna samordnar sig gemensamt på internet. Detta genom en religionsneutral hemsida, förslagsvis med en karta där kyrkogårdarna och kyrkogårdsförvaltningarna finns utmärkta. Vid val av kyrkogårdsförvaltning följer en kort beskrivning av vad som är av besöksvärde på kyrkogården med länk till respektive förvaltnings egen hemsida, där exempelvis kalendarium och kontaktuppgifter finns. Ett annat sätt att få fler turister och besökare är att samordna sig med det lokala näringslivet, eller andra aktörer inom kulturarvssektorn.

I regeringens proposition (1996) uttrycks: *"Enstaka grupper i samhället skall inte kunna lägga beslag på det kulturarv som tillhör oss alla."* Men om inte kulturarvet på kyrkogårdarna synliggörs är det stor risk för att just detta sker. Kyrkogården ska vara en naturlig plats för alla att besöka.

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Mål, syfte och frågeställningar.....	2
1.3 Avgränsning.....	2
1.4 Metod och material	3
2 Kyrkogården & besökaren – förr & nu	5
2.1 Hur har besök på kyrkogårdarna sett ut historiskt?	5
2.2 Vad är turism och vad krävs för att en turist ska välja att resa till ett turistmål?	6
2.3 Finns kyrkogårdsturism idag?	7
2.4 Varför ska man ha kyrkogårdsturism?	8
2.5 Vad tycker besökarna om att besöka kyrkogårdar?	12
3 Analys av enkäter och personliga möten.....	13
3.1 Enkätsammanställning	13
3.2 Uppföljning av enkätsammanställning	16
3.3 Sammanfattning av personliga möten.....	17
3.4 Sammanfattning av enkätanalys och personliga möten.....	21
4 Sammanfattande diskussion och slutsats	23
4.1 Ska kyrkogårdsförvaltningarna ha besökare eller turister på kyrkogårdarna?.....	23
4.2 Hur kan kyrkogårdarnas kulturhistoria föras vidare in i framtiden?	24
4.3 Metoddiskussion.....	25
4.4 Slutsats	26
5 Källförteckning	27

Bilagor

Bilaga 1 - Enkät

Bilaga 2 - Uppföljning enkät

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Inom Movium¹ finns projektet *Miljöaspekter på kyrkogårdsverksamhet*. Detta projekt startades för att erbjuda studenter vid SLU att undersöka klimat, miljö och hållbar utveckling på kyrkogården, i sina examensarbeten. En av aspekterna i detta projekt är *Kyrkogårdsturism*. Denna uppsats kommer att behandla varför kyrkogårdsförvaltningarna ska ha turister och besökare på kyrkogårdarna och hur kyrkogårdarnas kulturhistoria kan föras vidare in i framtiden. För att dessa frågor ska kunna besvaras behövs följdfrågorna:

- Hur har kyrkogårdsbesökandet sett ut historiskt?
- Vad är turism och vad krävs för att en turist ska välja att resa till ett turistmål?
- Finns kyrkogårdsturism idag?
- Varför ska man ha kyrkogårdsturism?
- Vad tycker besökarna om att besöka kyrkogårdar?

Skillnaden på kyrkogård och begravningsplats är att på kyrkogården finns vanligtvis en kyrka och på begravningsplatsen finns istället ett eller flera begravningskapell (Westerdahl, 1995, s. 17). Begreppet begravningsplats kan dock gälla kyrkogårdar, griftegårdar, minneslundar och andra platser som är anordnade för att förvara avlidnas aska eller stoft (Andesson et.al., 2005). När man namnger en begravningsplats används ofta ordet kyrkogård (Westerdahl, 1995, s. 17).

Kyrkogårdarnas gröna rum berör oss alla. I den muslimska, judiska och kristna tron gestaltas paradiset som en trädgård och i buddhismen har träden stor betydelse, eftersom Buddha föddes, upplystes och dog under ett träd (Cooper Marcus & Barnes, 1999, s. 9). Den nordamerikanska urbefolkningen har en lång historia av samspel med naturen och skogen har spelat en stor roll inom den förkristna skandinaviska och centraleuropeiska tron. Detta visar att oavsett varifrån i världen vi kommer, eller vilken tro vi har, så spelar naturen en stor roll för vårt sinne och vår själ (Cooper Marcus & Barnes, 1999, s. 9).

¹ Movium är en mötesplats för forskare och praktiker som vill utveckla kunskapen om stadens utemiljö. De arbetar för en bättre utemiljö i staden och dess nära omgivning och fokuserar på planering, anläggning, förvaltning och användning. Verksamheten omfattar tre integrerade delar: kunskapsutveckling, kunskapsförmedling och opinionsbildning.

Kyrkogårdarna och begravningsplatserna kan spela en viktig roll i bevarandet och utvecklingen av kulturarvet, samt spela en stor roll för barns förståelse av den egna kulturen och andras kulturer. Detta har varit av regeringspolitiskt intresse i många år. Marita Ulvskog och Göran Persson skriver i en regeringsproposition att:

”Kulturmiljö förknippas vanligen med den yttre miljön, men handlar även om den inre och dessutom om ett såväl materiellt som immateriellt arv. Generationer av människor har genom byggenskap, odling, namngivning och berättelser om platser m.m. satt sin prägel på såväl stad som landsbygd. Med anledning av den förändring av relationen kyrka-stat som skall genomföras vill regeringen i detta sammanhang särskilt understryka det kyrkliga kulturarvets stora betydelse för en allmän förståelse av Sveriges framväxt som en modern europeisk nation. Kulturmiljöer finns sålunda snart sagt överallt och berör alla människor.”

(Regeringens proposition 1996/97:3, s. 157)

1.2 Mål, syfte och frågeställningar

Syftet med den här rapporten är att informera om varför turister och besökare kan gynna kyrkogårdarna och ge en grund för att skapa någon form av gemensam marknadsföring av det kulturarv som finns på kyrkogårdar och begravningsplatser.

Följande frågeställningar ska besvaras:

- Ska kyrkogårdsförvaltningarna ha besökare eller turister på kyrkogårdarna?
- Hur kan kyrkogårdens kulturhistoria föras vidare in i framtiden?

1.3 Avgränsning

Begravningsplatser och kyrkogårdar beskrivs neutralt utan avseende på religionstillhörighet.

För att få en bild av kyrkogårdsbesökandet i Sverige skickades en enkät ut till 32 kyrkogårdsförvaltningar i Sverige. Enkäten skickades till Sveriges residensstäder², samt elva andra kyrkogårdsförvaltningar, som har närhet till andra sevärdheter och turistmål.

² Sveriges residensstäder: Falun, Gävle, Göteborg, Halmstad, Härnösand, Jönköping, Kalmar, Karlskrona, Karlstad, Linköping, Luleå, Malmö, Nyköping, Stockholm, Umeå, Uppsala, Visby, Västerås, Växjö, Örebro och Östersund.

1.4 Metod och material

För att inleda arbetet deltog författaren på en rikskonferens inom trädgårdsturism. Rikskonferensen *Publika parker och trädgårdar – kulturarv och turism* fokuserade på trädgårdars kulturarv och deras betydelse i regionala turismsatsningar. Under konferensen etablerades det nya nätverket *Swedish Network of Public Parks and Gardens* där inledningsvis 15 stora besöksträdgårdar i Sverige gemensamt ska marknadsföra sig i utlandet.

I tidigt skede kontaktades *Visit Sweden*, samt *Stockholm Visitors Board*, för att få reda på efterfrågan av kyrkogårdsturism inom turistnäringen. *Stockholm Visitors Board* hänvisade till *Stockholms kyrkogårdsförvaltning* för mer information. *Visit Sweden* har inte svarat under den period som uppsatsen skrevs.

För att visa hur kyrkogårdsturism kan knytas till hållbar utveckling och miljö, beställdes litteratur inom området *Sustainable tourism* via LIBRIS, från högskolorna inom turism. Även litteratur som beskriver Agenda 21, handlingsprogrammet för hållbar utveckling, lästes.

En enkät med öppna frågor (Se Bilaga 1), skickades ut till 32 kyrkogårdsförvaltningar i Sverige - Sveriges residensstäder, samt 11 andra kyrkogårdsförvaltningar.

Ett möte hölls med Cecilia Liljedahl, en av skaparna av *The Society of Swedish Public Parks and Gardens*. Under mötet fördes en dialog om och gavs inblick i, vad som behövs för att skapa en gemensam marknadsföring ut mot besökarna.

Efter genomgång av enkätsvaren utvaldes kyrkogårdsförvaltningar som gett intressanta svar och uppföljningsfrågor skickades till dem. Uppföljningsfrågorna grundades på informationen från enkätsvaren, samt mötet med Cecilia Liljedahl.

Ett möte hölls med Patrick Quist, landskapsarkitekt och marknadsförare av gröna miljöer. Under mötet fördes en dialog och gavs inblick i olika tillvägagångssätt som kyrkogårdsförvaltningarna kan använda för att visa upp sina begravningsplatser.

Ett möte hölls också med Angela Sandell, trädgårdsingenjör och koordinator av kyrkogårdsfrågor på Movium. Då fördjupades kunskapen om vad besökarna anser om sina besök på kyrkogården.

Samtliga möten har varit i samtalsform och stolpar har nedskrivits under samtalets gång. Efter mötet har intervjuerna sammanfattats och skickats till de intervjuade för möjlighet till tillägg och kommentarer.

2 Kyrkogården & besökaren – förr & nu

Denna del beskriver hur besöken på kyrkogårdarna har sett ut historiskt, samt hur besökarna ser på sina kyrkogårdsbesök. Vidare beskrivs omfattningen av turistindustrin och varför hållbar turism är bra för kyrkogårdarna.

2.1 Hur har besök på kyrkogårdarna sett ut historiskt?

Kyrkogården har haft många användningsområden utöver att vara begravningsplats. Under medeltiden var kyrkogården en plats för handel och marknader i socknen (Lundquist, 1992, s. 15; Wästberg & Theorell, 2001, s. 14). Den har också varit ett skyddsområde för människor och djur, eftersom marken har varit en inhägnad betesmark omgärdad av insynsskyddande träd (Lundquist, 1992, s. 17). Fram till år 1819 var det en förmån för klockaren att ha sina betande djur på kyrkogården (Theorell & Wästberg, 2001, s. 16).

Martin Luther ville redan under 1500-talet förvandla medeltidens kyrkogård från en handelsplats till en plats för begrundan och kristen andakt (Lundquist, 1992, s. 17, Wästberg & Theorell, 2001 s. 14). Carl von Linné besökte många kyrkogårdar under sina landskapsresor på 1700-talet och beskriver kyrkogårdarna som trädgårdar (Lundquist, 1992, s. 25). I slutet av 1700-talet flyttades kyrkogårdarna ut ur städerna (Lundquist, 1992, s. 20-21), men det var inte förrän år 1815, då riksdagen beslöt att begravingar inne i städer och byar skulle upphöra, som de nya begravningsplatserna fick erkännande (Lundquist, 1992, s. 28). Dessa nya begravningsplatser skapades av arkitekter, med symmetri och grönska, som parker till tröst för de levande - bebodda av de döda (Theorell & Wästberg, 2001, s. 16).

Under slutet av 1960-talet kom begravningsplatserna att spela en stor roll inom regionplaneringen (Klintborg Ahlklo, 2001, s. 18). Begravningsplatserna blev "gröna lungor" med områden av sammanhängande vegetation och luft fri från luftföroreningar. Under 1960- och 1970-talet började man också prata om begravningsplatser som meditations- och rekreationsområden, även för besökare som inte besöker gravarna (Klintborg Ahlklo, 2001, s. 18). Numera fungerar begravningsplatserna som promenadområden med naturupplevelse, dit man kan söka sig när man vill fundera över existentiella frågor (Westerdahl, 1995, s. 17).

Ett nytt begrepp, som har kunnat identifieras inom turismen sedan 1950-talet, är *Dark tourism*. Begreppet *Dark tourism* används som ett övergripande begrepp för handlingen att resa till, till synes, makabra platser som förknippas med död och lidande (Sharpley, 2009, s. 10), se Figur 1. De resmål som har med död och förödelse att göra har ökat konstant i intresse sedan 1950-talet (Sharpley, 2009, s. 9). Människor besöker katastrofplatser och koncentrationsläger, eller vallfärds till kända människors gravar (Sharpley, 2009, s. 7).



Figur 1: Krigskyrkogården Don Rak i Kachanaburi, Thailand. Känd för att krigsfångar från Andra Världskriget, som byggt bron över floden Kwai, är begravda här. (Foto taget av författaren)

2.2 Vad är turism och vad krävs för att en turist ska välja att resa till ett turistmål?

Turism är en mångfald av olika sorters resor. En resa ifrån en persons hemområde till en eller flera destinationer och tillbaka igen. Hur länge denna resa ska pågå varierar. De flesta definitioner säger mellan 24 timmar och ett år. Andra definitioner säger att avståndet från hemmet ska vara minst 100 km. Resan ska också vara frivillig och pengarna som spenderas på resan ska inte ha intjänats i området som resan går till (Aronsson, 2000, s. 24).

Aronsson (2000) har angett följande kriterier för att en turist ska överväga att resa:

- Turisten måste vara intresserad av att resa.
- Turistens fysiska och mentala hälsa begränsar aktiviteten.
- Tiden som finns till förfogande.
- Avståndet på resan beror på tillgängligheten i infrastrukturen.
- Ekonomiska medel som turisten har till sitt förfogande.

(Aronsson, 2000, s.29)

2.3 Finns kyrkogårdsturism idag?

Som tidigare nämnts finns ett ökande intresse i världen för s.k. *Dark Tourism*, d.v.s. turism med mål som har med död och förödelse att göra. Många av turistmålen är platser där individer eller grupper av människor möter döden (Sharpley, 2009, s. 9). Begravningsplatser spelar en viktig roll inom denna gren av turism. *Dark tourism* är ett sätt att möta döden på plats och kan användas i undervisningssyfte för att lära ut historia (Walter, 2009, s. 48).

Sharpley citerar Ashworth, en forskare inom *förintelseturism*, när han uttrycker:

"Det mörka kulturarvet är både en mycket marknadsmässig kombination av utbildning och nöje, och ett kraftfullt instrument för överföringen av politiska och sociala budskap" (Sharpley, 2009, s. 12). De kategorier som *Dark tourism* delas upp i är: Farliga platser, byggnader förknippade med skräck, minnesplatser för dödsoffer (se Figur 2), platser som symboliserar mord och förödelse, samt samlingar med dödstema (Sharpley, 2009, s. 11). Kategorin minnesplatser för dödsoffer innefattar besök på historiska slagfält, koncentrationsläger och kända gravplatser. Denna genre av turister är

mycket mån om att platsen de besöker värnar om offrets integritet och att platsen sköts på ett respektfullt sätt (Sharpley, 2009, sid 9). Resmålen inom *Dark tourism* har ofta

inte marknadsförts aktivt, utan har snarare blivit resmål ryktesvägen. Att resmålen har en viss mystik gör dem mer attraktiva och kan med rätt typ av marknadsföring gynna turistnäringen i ett område (Sharpley, 2009, s. 8).



Figur 2: Denkmal für die ermordeten Juden Europas i Berlin. Även kallat Förintelse-monumentet. Tillägnat alla judar som blev mördade under förintelsen. (Foto publicerat med tillstånd av fotografen Ivar Modigh)

2008 startades det europeiska nätverket *The Association of Significant Cemeteries in Europe*, ASCE. Nätverket samlar kyrkogårdsförvaltningar i Europa som anses ha stort historiskt och arkitektoniskt värde. Tanken är att de ska öka de europeiska medborgarnas medvetenhet om speciella kyrkogårdar och framhäva europeiska kyrkogårdars betydelse för det mänskliga kulturarvet (ASCE, 2008). Stockholms kyrkogårdsförvaltning är en av de 12 europeiska grundarna till nätverket och idag finns sex svenska kyrkogårdar representerade (ASCE, 2010). Dessa är: Ekshärad, Östra kyrkogården i Göteborg, Östra kyrkogården i Malmö, Östra kyrkogården i Jönköping, Mjösund och Strandkyrkogården i Stockholm.

2.4 Varför ska man ha kyrkogårdsturism?

I Rio de Janeiro hölls 1992 konferensen UNCED³, om miljö och utveckling, i FN:s regi. Då antogs handlingsprogrammet *Agenda 21* (Regeringskansliet, 2010, s. 5). Denna agenda ger mål och riktlinjer för att uppnå en långsiktigt hållbar utveckling genom att undanröja miljöhot och utrota fattigdom. Genom att delta i konferensen och godkänna agendan, har deltagarländerna ett starkt politiskt och moraliskt krav att följa den. Agenda 21 vänder sig både till stater och individer i samhället och omfattar anvisningar för hur dess mål ska nås. Sammanlagt innehåller agendan 40 kapitel, som i sin tur omfattar ett eller flera programområden. De övriga fyra dokumenten som antogs vid konferensen var: *Riodeklarationen*, *Skogsprinciperna*, *Konventionen om klimatförändringar*, samt *Konventionen om biologisk mångfald* (Regeringskansliet, 2010, s. 5). Agenda 21 har utökats två gånger sedan dess, dels under uppföljningsmötet i FN:s generalförsamling 1997 och dels 2002 i Johannesburg. I Johannesburg lades bland andra 43§ till kapitel 4, paragrafen gäller *Sustainable tourism* och s.k. *Eco-tourism* (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2002).

Som en uppföljning till konferensen i Rio De Janeiro hölls en världskonferens på Lanzarote våren 1995. Vid konferensen om *Sustainable tourism* producerades två dokument till beslutsfattare inom turismrelaterade områden: *Charter for Sustainable Tourism* och *The Sustainable Tourism Plan of Action* (Aronsson, 2000, s. 37). *Charter for Sustainable Tourism* gav 18 riktlinjer för hur turismen ska styras så att den kan inkluderas i den globala strategin för hållbar utveckling. Den första riktlinjen var att beskriva vad hållbarhet innebär för turismindustrin: "Tourism development shall be based on criteria of sustainability, which means that it must be ecologically bearable in the long term, as well as economically viable, and ethically and socially equitable for local communities." (GDRC, 1995). *The Sustainable Tourism Plan of Action* beskrev speciella åtgärdsförslag och strategier som skulle utvecklas av de som har skrivit på dokumentet. Dokumentet har avvecklats efterhand som åtgärderna genomförts.

Ur arbetet med Agenda 21 skapades en Lokal Agenda 21 för turism. Detta för att det ligger i de lokala myndigheternas intresse att utveckla hållbar turism, som följer målen med Agenda 21 (UNEP, 2003, s. 14). Den lokala agendan ska:

- Försäkra att planeringen och utvecklingen av turism sker med inriktning på de ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenserna på kort och lång sikt.
- Placera turism inom den övergripande ramen för hållbar utveckling och miljöledning i samhället.
- Tillhandahålla en ram för och ge legitimitet till medverkandet av aktörer inom turismområdet och representanter för det lokala samhället.
- Öka turismens och turismstrategiernas ställning i samhället.

³ UNCED = United Nations Conference on Environment and Development.

- Stärka positionen för den myndighet eller organisation som tar hållbar turism på allvar, både nationellt och internationellt.
- Hjälpa en destination att fånga besökarnas intresse och få researrangörerna att vilja besöka, eller arbeta med, hållbara resmål.

1996 skapades *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*. Den beskriver vad Agenda 21 förväntar sig av Turistnäringen (WTO, 1996 s. 3). Detta eftersom turismen kan ha en så pass stor inverkan på landskapet, djurlivet och kulturella platser, att platserna helt kan förlora sitt värde om det inte finns riktlinjer att följa (WTO, 1996, sid 3). Av dessa riktlinjer kan framförallt fyra relateras till kyrkogårdsturism:

- Utvecklingen av turism ska ske i samverkan med lokalbefolkningen och beslutstagande på lokal nivå.
- Turism, fred, utveckling och miljöskydd är beroende av varandra.
- Turismutvecklingen ska erkänna och stödja ursprungsbefolkningens identitet, kultur och intressen.
- Miljöskydd ska vara en väsentlig del av utvecklingsprocessen för turism.

(WTO, 1996, s. 4)

Turistnäringen är, tillsammans med oljeindustrin och byggindustrin, de största industrierna i världen (Aronsson, 2000, s. 14). I Sverige hade turistnäringen en större del av BNP än vad jordbruket, skogsindustrin (exklusive processindustrin) och fisket hade tillsammans år 2000 (Aronsson, 2000, s. 14). Turistnäringens storlek i BNP beror mycket på den ekonomiska konjunkturen både i Sverige och i utlandet. Turismen kan ge en så kallad *multiplikatoreffekt*, som innebär att turisternas besök på utflyktsmålet ger intäkter även till andra näringar på platsen (Weaver, 2006, s. 21). Till exempel påverkas restaurangernas försäljning och därmed restaurangernas inköp, vilket leder till större inkomster för matproducenterna, o.s.v. Detta gör att turistekonomin egentligen är tre gånger större än själva turistnäringen (Weaver, 2006, s. 22). Detta understryks av Achim Steiner i nedanstående citat:

“Tourism, the world’s biggest industry, is booming. By 2020, the number of international arrivals by air and by sea could reach 1.6 billion annually. This growth brings the prospect of income and economic development to countless tourist destinations in rich and poor countries alike. The challenge is to manage this growth sustainably. Governments have a key role to play, but so too do individuals and families when planning and going on holiday”

Achim Steiner, Executive Director of the United Nations Environment Programme (UNEP).

(UNEP, 2010, s. 9)

Samtidigt som turism får en allt större ekonomisk betydelse i samhället, kan det också påverka regionerna negativt. Turismen skapar fler arbetstillfällen och större inkomster i handeln, men dess påverkan genom exploatering kan också vara negativ. Det blir högt tryck under korta perioder och är väldigt säsongsbetonat. Miljömässigt kan turism vara positivt, då det kan påverka bevarandet av unika naturliga och kulturella områden genom att finansiera administreringen och restaureringen av dessa områden (Aronsson, 2000, s. 14, Weaver, 2006 s. 6). Det som är negativt miljömässigt med turism är intrånget i och förändringen av de naturliga och kulturella miljöerna, samt att turisterna skräpar ner.

Kulturellt kan turismen skapa ekonomisk grund för sociala funktioner och nya aktiviteter i regionerna. David Weaver (2006) menar att en tanke är att turism gynnar den kulturella förståelsen i och med mötet mellan värd och gäst. Detta ska i slutänden leda till världsfred (Weaver, 2006, s. 6). Turismen kan också leda till bevarandet av lokala kulturvärden och traditioner (Aronsson, 2000, s. 15). Det kan dock uppstå schismer mellan turister och lokalbefolkning då det kan bli konkurrens om de naturligt vackra områdena, eller genom att de kulturella tillgångarna blir mindre värda genom kommersialiseringen. Det är bättre att lösa problemet med turismen på plats, innan turisterna väljer ett annat ställe (Aronsson, 2000, s. 15).

Begreppet *Sustainable tourism*⁴ kan förklaras som hur turistnäringen arbetar med hållbar utveckling (Weaver, 2006, s. 10). Hållbar utveckling är ett helhetsbegrepp för samhällsutveckling och miljö (Aronsson, 2000, s. 16). Riksantikvarieämbetets beskrivning är: *"Det hållbara samhället är ett samhälle där ekonomisk utveckling, social välfärd och sammanhållning förenas med en god miljö."* (Riksantikvarieämbetet, 2004, s. 7) *Sustainable tourism* innebär en minimering av den negativa påverkan och en maximering av den positiva påverkan som turismen kan innebära (Weaver, 2006 s. 10).

Eftersom turismens påverkan på samhället varierar från situation till situation, är det önskvärt att skapa en mer hållbar utveckling. För att få turismen mer hållbar krävs att man ser på turismen ur olika vinklar (Aronsson, 2000, s. 16-17):

- **Livsstilsförändringar** – Efter hand förändras våra attityder, behov och konsumtionsmönster.
- **Transport/Förflyttning av människor** – Man bör se över transportsätten som turisterna använder för att ta sig till sina mål. Finns möjlighet till kommunikationer som är mer miljövänliga än andra?
- **Transport/Förflyttning av varor** – Detta kan vara byggmaterial för utbyggnad av turistmålen, likaväl som varor som transporteras för konsumtion. Kan dessa varor hämtas i närområdet?

⁴ Egen översättning: hållbar turism

- **Pengaflöden** – Med lokal försäljning kan inkomsterna i området öka och därmed skapa en högre välfärd i området.
- **Kulturkrockar** – Vid möte mellan olika kulturer kan kulturkrockar ske. Detta kan undvikas genom information och utbildning.
- **Fysisk planering/Stadsplanering** – Vid utbyggnad av samhällen kan turismen påverka, antingen genom utbyggnad för turisterna, eller genom hindrande av utbyggnad på turistiskt intressanta platser.
- **Slitage och nedskräpning** – Ekologiskt känsliga områden kan skadas av slitaget som turism innebär och nedskräpning av områden kan undvikas genom genomtänkt utformning av besöksmålen.

Marita Ulvskog och Göran Persson skriver i regeringens proposition 1996/97:3 om vikten av att uppmuntra institutioner som arbetar inom kultur att samarbeta med skolor för att motverka rasism:

”Syftet med ett handlingsprogram är bl.a. att motverka bruket av forntida kultur och symboler i främlingsfientliga och rasistiska sammanhang. Enstaka grupper i samhället skall inte kunna lägga beslag på det kulturarv som tillhör oss alla. Det är en angelägen uppgift för kulturarvssektorn att med sin samlade sakkunskap bemöta vantolkningar och missbruk. Framför allt är det viktigt att nå unga människor med motbilder.”

(Regeringens proposition 1996/97:3, s. 130)

En av punkterna i regeringens kulturpolitiska mål från 2009 är att främja ett levande kulturarv som bevaras, används och utvecklas (Regeringens proposition, 2009/10:3).

I kulturarvsarbetet inom Riksantikvarieämbetet, i samarbete med läns museerna, länsstyrelserna, Statens kulturråd och Svenska kommunförbundet, skapades under åren 2001-2004 en agenda för bevarande och synliggörande av det svenska kulturarvet. *Agenda kulturarv* skulle förnya kulturarvsarbetets inriktning, demokratiska förankring och slagkraft (Riksantikvarieämbetet, 2004b). Programförklaringen beskriver att rörligheten i samhället, samt den ökande mångfalden av kulturer, har skapat ett behov av att förbättra medborgarnas möjlighet till delaktighet och inflytande i formandet av sitt samhälle. I samband med att programförklaringen blev färdig upplöstes samordningsgruppen 2004 (Riksantikvarieämbetet, 2004a).

2.5 Vad tycker besökarna om att besöka kyrkogårdar?

Ann-Britt Sörensen (2003) har skrivit en rapport för Movium, där hon har undersökt hur ungdomar i Landskrona ser på kyrkogården och vad deras visioner är för kyrkogården i framtiden. Denna rapport visar att ungdomar tycker att kyrkogården har kulturella värden, förmedlar minnen och ger en känsla av gemenskap med tidigare generationer. De tyckte att kyrkogården var en känslomässigt speciell plats, där man känner närhet till sina avlidna anhöriga. På den speciella platsen fick det inte finnas störande element, såsom störande ljud. Inte heller fick det vara alltför speciella konstverk, eller bilder, om inte detta var avsett för att framhäva den avlidnes identitet. I så fall fick det inte vara ett uttryck i för stor skala (se Figur 3). Ungdomarna i Sörensens (2003) studie uttryckte önskemål om att kyrkogårdarna skulle förbli platser för stillhet, andrum och möjlighet till eftertanke och ansåg att de skulle vara prydliga och välordnade, som trädgårdar och inte ge ett intryck av att vara förvildade och förfallna.

Angela Sandell (2010) gjorde i slutet av 2009 en webbaserad enkätundersökning om hur besökarna använder kyrkogården och vad de har för önskemål inför framtiden. I undersökningen framkom att 28% av

besökarna njuter av den vackra platsen eller promenerar på kyrkogården, medan 47% besöker kyrkogården för att minnas de som inte längre lever, eller för att besöka en eller flera gravar (Sandell, 2010, s. 2). I både Sörensens (2003) studie och Sandells (2010) studie framkom att besökarna ville att kyrkogården skulle vara välskött och ha en fridfull stämning. De besöker kyrkogården oftare om platsen är vacker, har en intressant miljö och har goda uppehålls- och sittmöjligheter. De kriterier som var viktigast för besökarna var den fridfulla stämningen, en estetiskt tilltalande och välskött miljö, samt känslan av trygghet.



Figur 3: Gösta Ekmans gravsten på Norra kyrkogården i Stockholm. Ett sätt att framhäva den avlidnes identitet? (Foto taget av författaren)

3 Analys av enkäter och personliga möten

Denna del beskriver undersökningen om hur kyrkogårdsförvaltningarna ser på besökare (se enkät i Bilaga 1) och en fördjupning av hur besökarna ser på besöken på kyrkogårdarna. Det ges även förslag på hur man ska gå tillväga för att nå ut till besöksnäringen.

3.1 Enkätssammanställning

- **Kyrkogård/Kyrkogårdsförvaltning**

Av 32 tillfrågade kyrkogårdsförvaltningar har 18 besvarat enkäten:

Höllviken, Malmö, Lund, Karlskrona, Halmstad, Borgholm, Växjö, Borås, Göteborg, Jönköping, Örebro (Norra, Långbro och Almby), Köping, Tyresö, Västerås, Karlstad (Västra, Östra och Norra), Gävle, Härnösand (Nya och Gamla) och Luleå.

- **Har Ni många besökare på kyrkogården idag? Skulle Ni vilja se fler besökare på kyrkogården än idag?**

Samtliga tillfrågade anser att de har många besökare i dagsläget och flertalet förvaltningar ser gärna en ökning av besökarantalet.

- **I så fall, vad tror Du att besökarna skulle vilja se hos Er?**

Generellt tror förvaltningarna att besökarna vill se vårdade kyrkogårdar med välskötta gravplatser. Flera nämner naturupplevelser, samt behovet av meditation och lugn, men även "kändisgravar".

Enstaka kyrkogårdsförvaltningar har guidade turer, musikstunder, eller teater.

- **Finns det något hos Er som är unikt?**

Höllviken	Biblisk trädgård.
Karlskrona	ca 700 knuthamlade lindar i en allé.
Borgholm	Kapell med havsutsikt.
Växjö	"Kändisgravar", samt en kyrkogård med bevarad gammal stil.
Borås	Ett rikt fågelliv, speciell arkitektur på och omkring kapellkrematoriet, samt ett vackert kolumbarium.
Jönköping	Skogskyrkogård med speciell arkitektur och dammar.
Örebro	Betande får och extremt välklippta häckar.
Tyresö	En bogårdsmur ifrån 1600-talet.
Karlstad	Byggnaden Meta på Västra från 1838. Sveriges längsta stenbro, från 1761-97, finns vid Västra och Östra kyrkogårdarnas södra gränser. Norra är en skogskyrkogård med stomme av Sigurd Lewerentz.

Gävle	Arkitektoniskt prisbelönt gravkapell, samt flera privata gravkapell.
Härnösand	”Kändisgravar”.
Övriga	Bevarad kulturhistoria och välskötta kyrkogårdar.

- **Får kyrkogårdspersonalen många frågor om kyrkogården? I så fall, vad handlar frågorna om? T.ex. gravstenar, växter, historia, mm.**

De flesta kyrkogårdarna får frågor om lokaliseringen av gravar, samt gravskötsel. Enstaka kyrkogårdsförvaltningar får frågor om historia.

- **I de stora besöksträdgårdarna pratar man om ”De fyra K-na” (Kika, Köpa, Kaffe, Kissa) för att locka besökare. Finns det möjlighet till fika, eller inköp, i anslutning till er kyrkogård?**

Generellt finns allmänna toaletter och möjlighet att se sig omkring.

Höllviken – församlingshemmet har möjlighet att ordna fika till besökarna och de har kaffestund i Bibliska trädgården på torsdagseftermiddagarna under sommaren 2010.

Karlskrona – försäljning av växter och dekorationer finns vid två tillfällen per år.

Halmstad – en handelsträdgård finns i nära anslutning till kyrkogården.

Växjö – bjuder på kaffe vid Alla Helgons dag.

Borås – de centrala kyrkogårdarna har möjlighet till inköp och fika. Vid den största kyrkogården finns möjlighet till inköp av blommor.

Tyresö – finns café på slottets borggård bredvid kyrkogården, samt i församlingshemmet och på Notholmen.

Karlstad – har en angränsande handelsträdgård vid Norra kyrkogården

- **Kortfattat, vad är Er vision om besökandet på Er kyrkogård i framtiden?**

Höllviken vill skapa en oas för de levande, som inbjuder till en stunds avkoppling och eftertanke.

Malmö kommer att arbeta mycket med trygghetskänslan på kyrkogårdarna i framtiden.

Lund ser gärna att kyrkogårdarna får mer parkkaraktär och därmed med fler parkbesökare.

Halmstad arbetar just nu med tillgängligheten på kyrkogårdarna. Det kommer att genomföras vandringar på kyrkogården med guide ifrån Miljö Halland.

Karlskrona ser kyrkogården som en mötesplats, men även som en meditationsplats.

Borgholm tänker sig en välbesökt kyrkogård, med möten mellan förvaltningen och besökarna vid stora högtider som Alla Helgons afton, då kyrkogårdsförvaltningen kan svara på frågor och bjuda på fika.

Växjö vill ha en levande kyrkogård med högt antal besökare, som kan finna både ro och visuell upplevelse av en vacker plats. De ser även kyrkogården som tillgänglig för alla, med trygg miljö och bra belysning. Tillmötesgående och kunnig personal är också viktigt.

Borås arbetar mycket med tillgängligheten och tryggheten på kyrkogårdarna för att få dem mer levande. De återanvänder även återlämnade gravplatser och bygger nya minneslundar, så kyrkogårdarna förnyas. För att visa upp kyrkogårdarna har de arrangerat dramatiserade kyrkogårdsvandringar, konserter och guidade turer.

Göteborg vill att besökarna ska uppleva en kulturintressant miljö på kyrkogården, samt njuta av en avstressande grön miljö. De ser även kyrkogården som en plats där man kan sörja ensam eller i grupp.

Jönköping kommer att utöka och utveckla sina program med kyrkogårdsvandringar och kyrkogårdsteater framöver.

Örebro tror att besökarna kommer att besöka kyrkogården för att söka sig tillbaka i historien, t.ex. genom kyrkogårdsvandringar eller kyrkogårdsteater. De tror även att besökarna kommer att söka sig till det lugn och den rofylldhet som finns på kyrkogårdarna.

Tyresö bygger ut vid ena kyrkogården och vill skapa olika rofyllda miljöer för olika tycke och smak. De samarbetar med Nordiska museet om denna utbyggnad. De arbetar även med kompetens- och kvalitetshöjning i verksamheten.

Västerås ser en öppen, välskött och tillgänglig kyrkogård med tillgänglig och trevlig personal.

Gävle vill skapa en plats för lugn, avkoppling, eftertanke och inspiration.

Härnösand vill att det ska bli lättare att hitta till och på kyrkogården. De föreslår någon form av databaserat system som besökarna kan använda sig av, t.ex. gravbok och kartor som är lätthanterliga, kanske i någon form av terminal i anslutning till kyrkogården.

Luleå ser kyrkogården som en plats som ger möjlighet till ro och kontemplation – ett andningshål för stressade människor. De ser gärna att ett besök på kyrkogården i framtiden kan bli en plats där man söker sig naturligt, istället för dagens stressade gravrättsinnehavare som primärt är där för gravskötseln.

- **Kyrkogårdsförvaltningarnas personliga synpunkter**

Höllviken tycker att kyrkogården ska ära och visa upp bygdens historia med sitt viktiga kulturarv.

Malmö menar att huruvida besökarantalet ökar beror på hur kyrkogårdarna informerar och marknadsför sig. Ett sätt är genom en tillgänglig och inbjudande hemsida. De tror också att kyrkogårdarna kan utgöra en viktig del inom ramen för trädgårdsturismen och att det är viktigt att ha vissa regelbundna arrangemang.

Karlstad har gott samarbete med gymnasieskolorna i området, där eleverna får lära sig om etik och moral på kyrkogårdarna, samt skriva examensarbeten om kyrkogårdarna. De har sett att detta skapar ett intresse för kyrkogårdarna hos eleverna och att de får ett ökat intresse för trädgårdsyrket. Genom att eleverna får skapa en broschyr om kyrkogården som examensarbete, har de sett ett ökat intresse för kyrkogårdarna hos besökarna. De har även sett att ju fler som besöker kyrkogårdarna, ju mindre har vandalismen blivit. Karlstad påpekar också att allt fler besökare är släktforskare och att allt fler besökare har hittat till kyrkogården via internetlänken www.finngraven.se.

3.2 Uppföljning av enkätsammanställning

Några av de kyrkogårdsförvaltningar som svarade på enkäten, gav utförliga svar. Dessa förvaltningar fick ett uppföljningsbrev via e-post med kompletterande frågor (se Bilaga 2).

- **Har ni intresse av att ett nätverk för kyrkogårdarna ska finnas? Skulle ni ha nytta av ett gemensamt forum, som möter besökarna?**

Göteborg, Jönköping, Tyresö och Höllviken uttryckte ett intresse av att ett nätverk skapas. De tror också att det vore bra med ett gemensamt rikstäckande forum, vilket skulle underlätta för kyrkogårdsturisterna. **Göteborg** föreslår att detta nätverk skulle kunna ha sin bas hos *Sveriges Kyrkogårds och Krematorieförbund*, SKKF.

- **Vad skulle ni vilja förmedla, som är av gemensamt intresse? Bevarandet av kulturarvet, de vackra kyrkogårdarna, eller annat...?**

Jönköping anser att man tillsammans inom kyrkogårdsverksamheten bör förmedla bl.a. kyrkogårdens gröna kulturarv och kyrkogårdarnas totala kulturarv med allt vad detta innebär ifrån historia, arkitektur, sociala funktion mm. Dessutom bör man ta med kyrkogårdarna för bevarande av den biologiska mångfalden och inriktning på ekologisk skötsel mm. Något som Jönköping har upptäckt är av stort intresse bland besökare, är kända personers gravplatser.

Tyresö tycker att det vore intressant att gemensamt lyfta fram kulturarvet och den fina miljön. De har precis börjat titta på miljön ute vid Tyresö kyrkogård och ska se hur de kan få fram de kulturhistoriska värdena de har där lite bättre. Ett gemensamt forum, eller nätverk, skulle kunna vara en väg.

Höllviken vill gärna förmedla kyrkogårdarnas kulturarv och visa allmänheten vad kyrkogården egentligen står för och betyder för samhället. Kyrkogårdarna har också blivit en inspirationskälla för villaträdgårdsägarna, vilket skulle kunna påverka den ekologiska medvetenheten i samhället, med ökad biologisk mångfald och ekologiska skötselmetoder som följd.

3.3 Sammanfattning av personliga möten

Möte med Cecilia Liljedahl 2010-04-29.

Cecilia Liljedahl är Event Manager på CLgardens. Hennes fulla titel är: Public Relations & Strategic Planning for Historic and Public Gardens. Hon och Göran Nilsson på Movium är grundarna av nätverket Swedish Society of Public Parks and Gardens. Hon har tidigare varit chef på Sofiero.

Cecilia talade om tre ledord: Förnya, Förvalta och Förmedla. Hon föreslog att man först skulle skapa ett forum för branschen. Detta för att skapa gemensamma nämnare, eller en gemensam bas, t.ex. kulturarvet. Denna bas ska sen byggas upp inifrån och förmedlas utåt, för att stärka kyrkogårdens plats i samhället och visa vilken roll kyrkogårdarna har i dagens samhälle.

Till att börja med ska mer tid läggas på de kyrkogårdar som redan är intresserade av besökare och få dem att bilda en grupp. De kan svara på frågor om vad man gemensamt vill nå ut med och är stolta över och om detta är något de kan tänkas lägga tid på. I ett senare skede kan man skapa gemensamma visningsteman på kyrkogårdarna: skulpturer, vackra gravar, förlorade yrkestitlar, etc. Mötet med Cecilia utgjorde grunden för uppföljningen av enkäten.

Möte med Patrick Quist 2010-05-05

Patrick Quist är landskapsarkitekt vid Quist AB. Han har arbetat med utveckling och marknadsföring av offentlig miljö i ca 20 år. Han har även arbetat för att skapa ökat intresse och opinion för stadens grönska och offentliga miljöer.

Patrick påpekade att när man studerar så får man ofta svara på frågan *hur*, men inte på frågan *varför* något ska göras. När man arbetar med marknadsföring och vill nå ut till omvärlden behöver man fråga *varför* för att väcka intresse. "Varför ska jag se detta? Varför är detta intressant?"

Det har funnits och finns många olika sätt att visa upp kyrkogårdar och andra stadsmiljöer. Patrick gav flera exempel på sätt att väcka positiv uppmärksamhet på kyrkogårdar. Det innefattade både ljusuppsättningar och guidningar med tekniskt avancerade guidesystem, som enkelt ska kunna användas av besökarna. Ljusuppsättningar har två aspekter: dels är det ett nytt sätt att se en välbekant miljö, dels är det tryggheten och säkerheten som en person känner när något är upplyst.

Ett förslag, som fanns hos ett fastighetsföretag i landet, var att köpa in en ljusuppsättning och flytta runt denna mellan fastighetsföretagets olika större byggnader. Först blir en byggnad i en stad belyst, sedan i en annan. Detta exempel kan även användas av kyrkogårdsförvaltningarna. Om några förvaltningar går ihop och köper en belyningsuppsättning gemensamt och använder den roterande bland ägarna blir det kanske belyst kyrkogård i Malmö under några veckor, sen i Växjö några veckor och därefter i Karlstad några veckor, o.s.v.

Patricks dotter Clara är nyligen prästvigd. Patrick berättade att kyrkogårdarna berörs väldigt lite under utbildningen till präst. Han påpekade också att Svenska kyrkan behöver förnyas, då den förlorar medlemmar varje år. Han föreslog att ett led i kyrkans förnyelse kunde vara att använda kyrkogården i konfirmandundervisningen och därmed öka intresset för kyrkogårdarna.

Vi pratade också om att engagera ungdomar på andra sätt. Idag styr den yngre generationen med sina bloggar och sitt sätt att kommunicera via mms och telefoner. Patrick menade att om man tilltalar *tweenies* (mellan barn och tonår, d.v.s. 7-13 år), kan man få mycket gratis marknadsföring till sina projekt. Det är *tweenies* som styr alla utflyktsmål och aktiviteter som familjer har idag.

Patrick nämnde också uttrycket *före och efter iPhone*. En av de största industrierna idag inom marknadsföring, är att producera så kallade *appar*⁵ till iPhone. Han framkastade idén att man skulle kunna skapa en iPhone-applikation som visar "Sveriges ballaste kyrkogårdar".

Patrick instämde med min åsikt om att den svenska kulturhistorien behöver lyftas fram. Vi var också eniga om att det ska vara enkelt att hämta information och därmed vara enkelt att öka sin kunskap.

⁵ "appar" = applikationsprogram, tilläggfunktioner

Möte med Angela Sandell 2010-05-14

Angela Sandell är trädgårdsingenjör och arbetar som koordinator av kyrkogårdsfrågor på Movium.

I april 2010 publicerade Angela ett faktablad, Gröna Fakta, till tidningen Utemiljö med titeln *Kyrkogården – plats för de döda, kraft åt de levande*. Publikationen baserades bl.a. på en enkätstudie som över 500 personer hade deltagit i (Sandell, 2010). Frågorna behandlade allt ifrån hur respondenterna nyttjar begravningsplatser idag och vilka önskemål de har för dessa i framtiden, till hur de själva skulle vilja bli begravda. I faktabladet redovisas en hel del statistik, se kapitel 2.6, men de personliga kommentarer som har lämnats till studien skulle också kunna vara av intresse.

Något som Angela beskriver när hon går igenom enkätsvaren är att de flesta som har svarat söker sig till kyrkogårdar p.g.a. den fridfulla stämningen och hur kyrkogården är utformad. Anser de att kyrkogården är estetiskt tilltalande och ger ett stämningsfullt intryck, återvänder de gärna. I Sandells undersökning visar de fria kommentarerna tydligt att majoriteten av besökarna tycker att det är viktigt att visa respekt för dem som är begravda på kyrkogården. Respondenterna har därför starka åsikter om hur denna respekt ska te sig. Många har nyfikna tankar om kyrkogårdsvandringar och kyrkogårdsteater, men är mycket försiktiga i att säga om det passar sig eller inte på kyrkogården. Vissa tycker att det är helt uteslutet och respektlöst, medan andra tycker att det beror på vad som visas och i vilket sammanhang. Respekten för de avlidna och för den rofyllda miljön är viktig, men flera tror att det går att kombinera och att det vore trevligt att minnas de avlidna genom att vistas och ha aktiviteter i deras närhet - dock stillsamma aktiviteter. Vissa tycker att dramatiseringar om de avlidna skulle kunna vara ett sätt att hedra dem, samtidigt som de bidrar till att levandegöra bygdens historia. Konserter med stillsam akustisk musik skulle kunna bidra till en högtidlig stämning på kyrkogården.

Av de tillfrågade vet över 80% var begravningsplatserna i närområdet finns belägna, men flera påpekar att den information man får då man kommer som nyinflyttad till ett område, brister. Några tycker att ett sätt att känna tillhörighet till sin nya hemort, skulle kunna vara genom att få en



Figur 4: Ett sätt att ge information om kyrkogården.
Assistens Kirkegård i Köpenhamn
(Foto taget av författaren)

inblick i den närliggande kyrkogårdens historia och därmed bygdens historia. Flera efterlyser information om kyrkogårdarna: Varför den är utformad på ett visst sätt, vilken historia finns bakom varför kyrkogården är där och vilka finns begravda där (se Figur 4). Om kyrkogården har en udda utformning vill de ha en beskrivning på varför. Några av de tillfrågade släktforskar och efterlyser mer lättillgänglig information på kyrkogårdarna om lokaliseringen av gravar och även om de som finns begravda.

Av de tillfrågade är det 13,2% som inte har besökt några kyrkogårdar i närområdet. Av dessa känner 3,7% att de inte har någon anknytning till dessa kyrkogårdar och detta är anledningen till att de inte har besökt dem.

Något som hela tiden återkommer i enkätsvaren är tillgängligheten och tryggheten. Flera skulle besöka kyrkogården oftare om det var lättare att ta sig dit. De tycker att kommunikationerna, för de som inte har tillgång till bil, kan vara bristfälliga. Några påpekar att parkeringsmöjligheterna nära kyrkogården är felplacerade, vilket gör det besvärligt att besöka gravplatsen. Vissa tycker att kyrkogården känns otrygg och avstår besök eftersom de inte får ha med sin hund som trygghet.

Flera av de tillfrågade har besökt kyrkogårdar på resor i andra länder. De menar att kyrkogården speglar kulturen de besöker.

Något som de tillfrågade också nämner är växtligheten på kyrkogårdarna. De tycker att kyrkogården ska vara välvårdad och ombonad. Några tycker att det inte gör något om kyrkogården är förvildad, men det är viktigt att det i så fall ser naturligt förvildat ut och inte misskött. Flera besöker kyrkogården för att titta på blommor och få inspiration till sina egna trädgårdar. Några efterlyser möjligheten till inköp av växter, ljus och annat som kan behövas till gravplatsen i anslutning till kyrkogården. Att kunna köpa fika är inte så prioriterat, men att kunna sitta och ta en kopp medhavt kaffe och känna en stunds ro i anslutning till graven (se Figur 5), är det flera som skulle vilja göra.



Figur 5: En plats att sitta på och känna en stunds ro i anslutning till graven. Norra kyrkogården i Stockholm. (Foto taget av författaren)

Det känns viktigt för många att personalen på kyrkogården finns tillgänglig och kan svara på frågor om skötsel och om kyrkogården. Kunnig och tillmötesgående personal uppskattas. I de fall där personal inte alltid befinner sig på kyrkogården, skulle det vara önskvärt med informationsskyltar om *när* personal finns tillgänglig på platsen.

3.4 Sammanfattning av enkätanalys och personliga möten

Kyrkogårdsförvaltningarna tror att besökarna vill se vårdade kyrkogårdar med välskötta gravplatser, vilket bekräftas av Angela Sandells enkätsvar. Även behovet av lugn och möjlighet till meditation bekräftas av Sandell.

De frågor som kyrkogårdsförvaltningarna får av besökarna handlar oftast om gravskötsel eller lokalisering av gravar. Sandell bekräftar att det är viktigt för besökaren att förvaltningspersonalen är tillgänglig för att kunna svara på skötselfrågor och besökarna vill gärna veta när deras frågor kan besvaras om personalen inte finns tillgänglig dagligen.

Enstaka förvaltningar får frågor om historia. Sandells enkätsvar visar att det finns ett intresse för kyrkogårdarnas och begravningsplatsernas historia. Flera respondenter tycker att det är viktigt för att känna anknytning till närmiljön.

Generellt finns allmänna toaletter i anslutning till kyrkogårdarna, men få förvaltningar erbjuder försäljning av fika eller blommor och andra tillbehör. Sandells enkätsvar visar att behovet av kaffeförsäljning och liknande inte är så stort, men att det finns ett ganska stort intresse av att ha möjlighet till att inta fika, eller medhavd picknick, i anslutning till gravplatsen.

Flera kyrkogårdsförvaltningar arbetar med tillgänglighet och trygghet på sina kyrkogårdar och begravningsplatser. Ett sätt att få kyrkogården mer trygg är att arbeta med belysningen, vilket Patrick Quist ger flera förslag på. I Sandells enkätsvar nämns även hur man tar sig till och från gravplatsen som något kyrkogårdsförvaltningarna behöver se över.

Ett antal kyrkogårdar vill öka mängden besökare genom att uppvisa kulturarvet på olika sätt. De tror att besökarna vill gå på konserter, kyrkogårdsvandringar, eller uppleva kyrkogårdsteater. Sandells enkätsvar bekräftar att besökarna är försiktigt nyfikna på dessa program, men är måna om respekten för de avlidna och stillheten på kyrkogården. Att engagera ungdomar i dessa program kan vara ett sätt att väcka ett intresse för kyrkogårdarna i samhället. Både Patrick Quist och Höllvikens kyrkogårdsförvaltning nämner vikten av att engagera ungdomar i åldern 7-13 år. Att samla kyrkogårdsförvaltningarna med förmedlingen av kulturarvet som gemensam nämnare, som Cecilia Liljedahl föreslår, kan stärka kyrkogårdarnas plats i samhället.

4 Sammanfattande diskussion och slutsats

4.1 Ska kyrkogårdsförvaltningarna ha besökare eller turister på kyrkogårdarna?

Begreppet *kyrkogårdsturism* är laddat och man använder sig hellre av ordet *kyrkogårdsbesökare*. Ordet turism förknippas ofta med charterresor, eller grupper av turister, som forslas runt till olika turistmål och lämnar ett nedskräpat spår efter sig. Få ser fördelar med att ha turister, men däremot flera fördelar av att ha många besökare. Karlstad kyrkogårdsförvaltning påpekade i enkätsvaret att "*Är fler människor intresserade av att besöka kyrkogårdarna minskar riskerna för vandalisering och skadegörelse*".

Det är önskvärt både ifrån politiskt och ekonomiskt håll, att man marknadsför kyrkogårdarna som en kulturarvsskatt. Redan 1996 beskrev Göran Persson och Marita Ulvskog (Regeringens proposition 1996/97:3) vikten av att undervisa om det svenska kulturarvet i syfte att motverka rasism. Ett sätt att få mindre rasism och segregering på orten, är att bjuda in den lokala skolan att ha undervisning i historia och religion på kyrkogården. När ungdomarna får ökad kunskap om kyrkogårdarnas betydelse kommer förståelsen att sprida sig även ut i samhället. I dagens mångkulturella samhälle behövs förståelse både för den egna kulturen och för andras. I flera större städer kan människor av olika trostillhörighet få egna begravningsplatser, men än så länge har de lantliga kyrkogårdarna inte samma möjlighet att erbjuda denna uppdelning.

Med argumenteringen *hållbar stadsutveckling* och *hållbar turism* kan kyrkogårdsförvaltningarna samarbeta inom sina kommuner för att öka både förståelsen för och behovet av den gröna, lugna, miljön som finns på kyrkogårdarna. Att få turister till kyrkogårdarna behöver inte störa denna lugna miljö och skulle kunna bidra till att kommunen och eventuellt kyrkogårdsförvaltningen får ökade intäkter. Kyrkogårdarna som finns i städerna skulle kunna marknadsföra sig som trygga, lugna, parker där den stressade vardagsmänniskan kan få en andningspaus i tillvaron. Kyrkogårdarna på landsbygden kan visa på sin sociala historia om hur kyrkogården speglar samhället i historien och återberätta gamla folkhistorier som är på väg att glömmas bort.

Inte att förglömma är den gröna miljön på kyrkogården en stor källa till kunskap om växtlighet och ekologi genom sin biologiska mångfald.

Det viktigaste tycker jag dock är att kulturarvssektorn har ett ansvar för att inte kulturarvet ska feltolkas och missbrukas i rasistiska sammanhang. Om man ökar kunskapen och visar upp det kulturarv som finns på kyrkogårdarna, kan också förståelsen och acceptansen av vår egen och andras kulturer öka och kanske även vandalismen minska.

4.2 Hur kan kyrkogårdarnas kulturhistoria föras vidare in i framtiden?

”På kyrkogården finns vår släkt, våra vänner, där minns vi dem, där ska några minnas oss. Döden är historielös, men kyrkogårdar är historieböcker.”

(Wästberg & Theorell, 2001, s. 7)

Kyrkogårdsförvaltningarna har ett ansvar för att bevara sin del av vårt svenska kulturarv, både det historiska och vårt kommande kulturarv. För att detta ska uppmärksammas, måste kyrkogårdsförvaltningarna engagera sig mer i omvärlden och synas mer. Detta kan ske genom att synas i lokalpressen och genom lokala arrangemang, och/eller genom att samordna sig och synas mot omvärlden gemensamt med andra. Det ska vara lätt för besökare att hitta till kyrkogårdarna och välja dem som utflyktsmål. Kyrkogårdarna skulle kunna finnas samlade på en gemensam sida på internet, som exempelvis bl.a. visar en karta över Sverige där kyrkogårdar som vill synliggöra sig finns markerade geografiskt. Efter val av en kyrkogård följer en kort beskrivning av kyrkogården och sedan en länk till kyrkogårdsförvaltningens hemsida för mer beskrivning och kalendarium. Även internetlänkar till relevanta hemsidor⁶ skulle kunna finnas, för att tillmötesgå dem som släktforskar, eller letar efter sin familjs grav. För att inte utesluta besökare från andra trossamfund borde den gemensamma sidan vara religionsneutral och inte grundas av *Svenska kyrkan*, även om *Svenska kyrkan* är den största kunden för förvaltarna.

Ett annat sätt kan vara att ett nätverk av kyrkogårdsförvaltningar tar kontakt med turistorganisationerna, näringslivet, och/eller skolorna i landet och gör en gemensam satsning för att visa upp och bevara kulturarvet. Jag anser att det är viktigt att kyrkogårdsförvaltningarna inleder samarbete med ortens skolor. Detta för att få kyrkogårdarna att bli en naturlig plats i samhället, där även ungdomar kan finna ro och väcka ungdomarnas tankar om sin existens. Det som Karlstads kyrkogårdsförvaltning har gjort i samarbete med skolorna är att eleverna får skapa små turistbroschyrer om personer som är begravda på kyrkogårdarna. Broschyrerna läggs sedan ut på bl.a. turistbyrån i staden och där kan allmänheten ta del av dem. Karlstads kyrkogårdsförvaltning har sett att vandalismen har minskat på kyrkogårdarna och att ungdomarna har visat större intresse för trädgårdsyrket. Höllvikens kyrkogårdsförvaltning har ibland sagostunder för låg- och mellanstadieelever på kyrkogårdarna, men också växtvandringar för barn där de får titta och känna på olika växter och insekter som kan finnas på kyrkogården. De har sett att konfirmanderna minns historierna som berättades på kyrkogården när de var yngre och att ungdomarna själva visar upp kyrkogården för sina familjer.

Om kyrkogården blir en naturlig plats i tillvaron, skulle den också bli en naturlig plats att bevara.

⁶ T.ex.: www.hittagraven.se, www.finngraven.se och www.svenskagravar.se

4.3 Metoddiskussion

För att besvara frågan hur kulturhistorien ska föras vidare in i framtiden, skulle det vara intressant att veta vad turistnäringen efterfrågar och förväntar sig av kyrkogårdsförvaltningarna. Det är viktigt att grunden läggs inom kyrkogårdsförvaltningarna, så de vet vad de vill visa upp, vad de är stolta över, men för att få en ordentlig, hållbar, turism behövs även turistnäringens åsikter och önskemål. Den tidsbegränsning som jag har haft, har tyvärr begränsat möjligheten att få kontakt med organisationer som Visit Sweden och Sveriges Turistförening. Frågor har skickats med e-mail till dessa organisationer, men har inte kunnat följas upp inom tidsramen för arbetet.

Flera kyrkogårdsförvaltningar i Sverige har fungerande program med kyrkogårdsturism. Dessa förvaltningar hade kunnat studeras närmare för att skapa en mall som andra förvaltningar skulle kunna följa. Varje kyrkogård och begravningsplats är dock unik, med unika förutsättningar, vilket gör att en definitiv mall skulle vara svår att skapa. En kyrkogård som har hållbar turism är Assistens Kirkegård i Köpenhamn. Deras arbete med kulturarv och förmedling skulle kunna studeras för att skapa en svensk motsvarighet.

De personer jag har intervjuat har jag kommit i kontakt med i samband med konferensen om trädgårdsturism i Moviums regi. Att intervjua andra personer inom marknadsföring, eller nätverkande, hade kunnat leda till att denna uppsats fått ett annat resultat.

4.4 Slutsats

”Spring aldrig över kyrkogården! förmanades man förr. De döda tröstas av att du inte härmar tidens flykt. Stanna upp och nämner deras namn. Då ler tystnaden omkring dem.”

(Wästberg & Theorell, 2001, s. 12)

För att förstå kulturen i det land man besöker, spelar kyrkogården en viktig roll. I Sverige speglar många kyrkogårdar bysamhället och den lokala socialhistorien. I dagens svenska samhälle finns det många kulturer utöver den svenska och när vi ska begravas ska vi ofta hamna på samma begravningsplatser. Detta gör att vi måste bevara vår svenska kulturhistoria, samtidigt som vi måste förnya oss inför framtiden.

Ett sätt att bevara den svenska kulturhistorien är att visa upp den. Flera kyrkogårdsförvaltningar i landet har redan satsat på besökare och olika samarbeten med andra aktörer i samhället. Det finns däremot ännu inte något gemensamt forum där kyrkogårdsförvaltningarna kan förmedla kyrkogårdens kulturhistoria.

Min avsikt med den här studien har varit att informera om varför turister och besökare kan gynna kyrkogårdarna och ge en grund för att skapa någon form av gemensam marknadsföring av det kulturarv som finns på kyrkogårdar och begravningsplatser. För att skapa förståelse för det svenska kulturarvet och ge utrymme för det som kommer att bli framtidens kulturarv behöver kyrkogårdarnas och begravningsplatsernas kulturskatt föras fram. Detta både genom att samarbeta med skolorna i närområdet och genom att skapa ett nätverk som marknadsför kyrkogårdarna som attraktiva besöksmål. Genom att samarbeta med handelsträdgårdar och lokala caféer skulle man kunna skapa en hållbar turism i närområdet och ge hela orter bättre ekonomi och status. Dock behöver detta ske med mycket information till samhället, så inte samhället tror att det brister i respekt för de avlidna, eller att den rofyllda stämningen på kyrkogårdarna störs i onödan.

Viktigast av allt är att öka förståelsen för kulturarvet och därmed minska rasism och vandalism!

5 Källförteckning

Muntliga källor och intervjuer

Cecilia Liljedahl, CLgardens. Medverkade i skapandet av www.swedishgardens.se. 2010-04-29.

Patrick Quist, Landskapsarkitekt, Quistab. Marknadsför gröna rum. 2010-05-05.

Angela Sandell, Trädgårdsingenjör, koordinator av kyrkogårdsfrågor, Movium. 2010-05-14.

Internetlänkar/Elektronisk resurs

ASCE (Association of Significant cemeteries in Europe). *ASCE charter* (2008). Tillgänglig: <http://www.significantcemeteries.org/files/ASCE-charter.pdf> (2010-05-13).

ASCE (Association of Significant cemeteries in Europe). *List of cemeteries* (2010). Tillgänglig: <http://www.significantcemeteries.org/en/interactive-map> (2010-05-13).

GDRC. *Charter for Sustainable Tourism* (1995). Tillgänglig: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/charter.html> (2010-04-27).

GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria), *Indicator Introduction*. Tillgänglig: http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=260&Itemid=475 (2010-04-16).

Regeringskansliet. *Agenda 21 – en sammanfattning* (2010). Tillgänglig: <http://www.sweden.gov.se/content/1/c6/01/86/84/6de2900f.pdf> (2010-04-15).

Regeringens proposition 1996/97:3 Kulturpolitik. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c4/17/87/32aadd60.pdf> (2010-04-19).

Regeringens proposition *Tid för kultur, 2009/10:3* - Nya nationella kulturpolitiska mål. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/13/21/01/84ab8af9.pdf> (2010-04-19).

Riksantikvarieämbetet (2004a). *Agenda kulturarv – vem gör vad?* Tillgänglig: http://www.agendakulturarv.se/opencms/export/agendakulturarv/sidor/om_projektet/vem_gor_vad.html (2010-05-17).

Riksantikvarieämbetet (2004b). *Människan i centrum - Agenda kulturarvs programförklaring*. Tillgänglig: <http://www.agendakulturarv.se/opencms/export/agendakulturarv//dokument/Arkiv/Programforklaring/Slutver.PF.pdf> (2010-04-19).

United Nations Department of Economic and Social Affairs. Division for Sustainable Development. *Johannesburg plan of implementation* (2002). Chapter 4, 43§. Tillgänglig: http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD_POI_PD/English/POIChapter4.htm (2010-04-27).

UNEP (United Nations Environment Programme) (2003), *Tourism and Local Agenda 21 – The role of Local Authorities in Sustainable Tourism*. Tillgänglig: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/3207-TourismAgenda.pdf> (2010-04-28).

UNEP (United Nations Environment Programme) (2010), *A Three-Year Journey for Sustainable tourism*. Tillgänglig: http://www.unep.fr/scp/tourism/activities/taskforce/pdf/TF%20REPORT_FINAL.pdf (2010-04-16).

WTO (1996) *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*. Tillgänglig: <http://www.world-tourism.org/sustainable/publications.htm> (2010-04-28).

Part 1: <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/a21-one.pdf> (2010-04-28).

Part 2: <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/a21-two.pdf> (2010-04-28).

Litteratur

Andersson, J-O., Angselius, L., Eriksson, A-G., Gustafsson, C., Göransson, P., Hägmark, J-O., Jacobson, G., Palmgren, Å., Sahlgren, M., Skarstedt, P. & Sörensen, A-B. (2005). Begrepp i begravningsverksamheten. *Gröna Fakta* 5/2005.

Aronsson, L. (2000). *The development of sustainable tourism*. New York: Continuum.

Cooper Marcus, C. & Barnes, M. (1999). *Healing gardens – Therapeutic benefits and design recommendations*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, Inc.

Klintborg Ahlklo, Å. (2001). *Mellan trädkrans och minneslund – Svensk kyrkogårdsarkitektur i utveckling 1940-1990*. Stad & Land, nr 167/2001. Alnarp: Movium.

Lundquist, K. (1992). *Från Beteshage Till Trädgård*. Ur: Bucht, E. (Red.) *Kyrkogårdens Gröna Kulturarv*. Stad & Land, nr 103/1992, 12-34. Alnarp: Movium.

Sandell, A. (2010). *Kyrkogården en underskattad samhällsekonomisk resurs*. *Gröna Fakta* 3/2010.

Sharpley, R. (2009). *Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction*. Ur: Sharpley, R. & Stone, P.R. (Red.) *The Darker Side of Travel – The Theory and Practice of Dark Tourism*. UK: Channel View Publications.

Sörensen A-B. (2003) *Kyrkogården i framtiden – ur ungdomars perspektiv*. Movium Rapport 2:2003. Alnarp: Movium.

Theorell, A. & Wästberg, P. (2001) *Minnets stigar – En resa bland svenska kyrkogårdar*.
Värnamo: Fälth & Hässler.

Weaver, D. (2006) *Sustainable tourism*. Massachusetts, USA: Elsevier Ltd.

Walter, T. (2009). *Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living*. Ur: Sharpley,
R. & Stone, P.R. (Red.) *The Darker Side of Travel – The Theory and Practice of Dark Tourism*.
UK: Channel View Publications.

Westerdahl, M. (1995) *Den svenska skogskyrkogården – en bild från norr till söder*. *Stad &
Land*, nr 136/1995. Alnarp: Movium.

Bilagor

Bilaga 1

Lund, 2010-04-04

Hej!

Anledningen att jag skriver till Er är att jag håller på med mitt examensarbete inom Landskapsingenjörsprogrammet på Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) i Alnarp.

Som examensarbete har jag fått i uppgift av Movium att undersöka hur kyrkogårdsförvaltningarna ser på besökare.

Frågeställningen är, än så länge, ifall kyrkogårdsförvaltningarna vill ha fler besökare och i så fall om det är möjligt för kyrkogårdsförvaltningarna att gemensamt nå ut till besöksnäringen.

Som ett led i detta arbete har jag valt att gå ut med en enkät, som jag skickar ut till 30 av landets kyrkogårdsförvaltningar. Denna enkät utgör starten av min studie och det kan tänkas att fler frågor dyker upp när jag har fått in allas svar.

Jag är medveten om att flera förvaltningar har mer än en kyrkogård att förvalta och att frågeformuläret ställer frågor om en enskild kyrkogård. Jag hoppas att ni kan besvara frågorna i alla fall.

Har Du spontana synpunkter att ge mig, är jag tacksam om ni framför dessa!

Jag är tacksam för Er hjälp och ber att få in svaren snarast möjligt innan 19/4!

Med vänlig hälsning

Camilla Höglund, Landskapsingenjörstudent, Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU)

i06camo1@stud.slu.se

Adress för enkätsvar:

Camilla Höglund
Södra Vägen 9a
22358 Lund

Kyrkogård/Kyrkogårdsförvaltning

Har Ni många besökare på kyrkogården idag?

Skulle Ni vilja se fler besökare på kyrkogården än idag?

I så fall, vad tror Du att besökarna skulle vilja se hos Er?

Finns det något hos Er som är unikt?

Får kyrkogårdspersonalen många frågor om kyrkogården?

I så fall, vad handlar frågorna om? T.ex. gravstenar, växter, historia, mm.

I de stora besöksträdgårdarna pratar man om "De fyra K-na" (Kika, Köpa, Kaffe, Kissa) för att locka besökare. Finns det möjlighet till fika, eller inköp, i anslutning till er kyrkogård?

Kortfattat, vad är Er vision om besökandet på Er kyrkogård i framtiden?

Tack för Er medverkan!

Personliga synpunkter, använd baksidan

Bilaga 2

Hej!

Lund 2010-04-30

Tack så mycket för era vänliga, trevliga och utförliga svar på min enkät!

Anledningen att jag kontaktar er igen, är att jag har ett par kompletterande frågor.

Jag har valt ut några kyrkogårdar, baserat på era enkätsvar:

- **Höllviken** – Har en Biblisk trädgård med arrangerade visningar.
- **Malmö** – Har flera kyrkogårdar med varierade gravskick. En av kyrkogårdarna är av Sigurd Lewerentz. De har arbetat med trygghet och tillgänglighet och planerar regelbundna arrangemang.
- **Halmstad** – Arbetar just nu med tillgängligheten på kyrkogården. De kommer att ha "stadsvandring" med guide på kyrkogården under sommaren
- **Göteborg** – Finns med i senaste numret av Utemiljö (nr 3, 2010), där personalen oroar sig för vandalism av kyrkogården. Ett nytt sätt att visa sig utåt skulle kanske kunna minska vandalismen.
- **Jönköping** – Har arrangerat välbesökta och omtyckta kyrkogårdsvandringar. De har även arrangerat kyrkogårdsteater med en snittpublik på ca 300 personer per föreställning.
- **Örebro** – Har betande får på kyrkogården som uppskattas av besökarna.
- **Tyresö** – Har en bogårdsmur från 1600-talet och samarbets-satsning med Nordiska museet på utemiljön.
- **Karlstad** – Har en skogskyrkogård av Sigurd Lewerentz och två kyrkogårdar, som angränsar Klarälven. Kyrkogårdarna har samarbete med gymnasieskolorna när de läser etik och moral, samt att eleverna får skapa broschyrer om kyrkogårdarna som läggs ut på t.ex. turistbyrån.

Min tanke med den här uppsatsen har utvecklats till att jag skulle vilja lägga grunden för en gemensam marknadsföring utåt för de besökare som vill besöka era kyrkogårdar. Idén är att en person ska kunna gå in på en sida på nätet, välja efter en karta eller en ort och så få upp de kyrkogårdar som vill "visa upp sig" och som ligger i närheten. Väljer man en av kyrkogårdarna så kommer det upp en kort beskrivning av kyrkogården och sen en länk till respektive kyrkogårds hemsida. På den här sidan skulle även länkar som www.finngraven.se, www.svenskagravar.se, samt www.hittagraven.se och liknande kunna finnas. Inspirationen fick jag av de stora besöksträdgårdarnas nya nätverk *Swedish Society of Public Parks and Gardens*, som har skapat hemsidan www.swedishgardens.se.

Har ni intresse av att något liknande ska finnas?

Skulle ni ha nytta av ett gemensamt forum, som möter besökarna?

Vad skulle ni vilja förmedla som är av gemensamt intresse? Bevarandet av kulturarvet, de vackra kyrkogårdarna, eller annat...?

Tacksam för era svar och synpunkter!

Med vänlig hälsning

Camilla Höglund, Landskapsingenjörstudent, i06camo1@stud.slu.se